JIANGSU TOURISM



江苏旅游

2018.03 / 总第328期

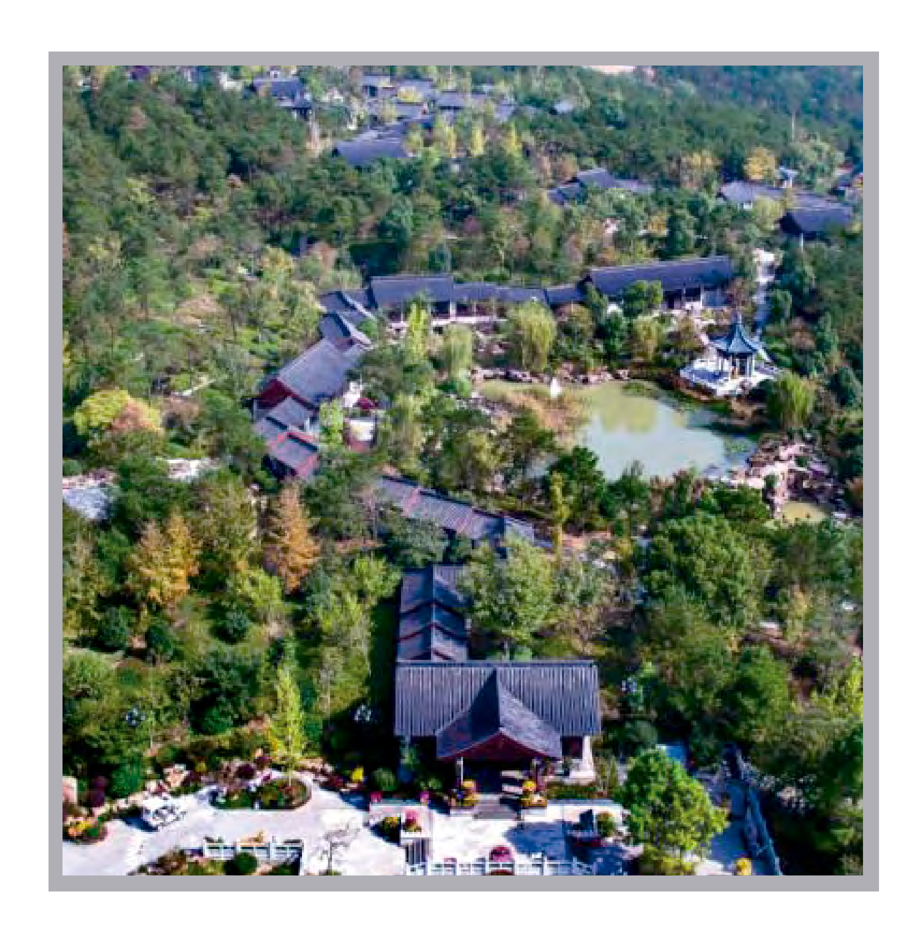


江苏旅游
二〇一八年 第三期
江苏省旅游局主办





江苏省旅游局主办



景区介绍

米芾书法公园座落于镇江丹徒区十里长山，是为纪念书法巨匠米芾，2010年由镇江丹徒区委区政府作出开发十里长山的战略决策后打造的4A级景区。2014年被中国书法家协会正式命名为“中国米芾书法公园”，成为央视数字书画频道影视拍摄基地和省级书画培训基地，成功创成国家4A级旅游景区。2016年成为省级生态旅游示范区、首批省级研学旅游示范基地和省诚信旅游示范单位，2017年荣获中国文字博物馆江苏（镇江）体验基地、中国书法出版传媒联络处、《中国书法报》教育培训基地和江苏省社会科学普及示范基地等殊荣。



总第328期

（内部资料 免费交流）

江苏旅游 JIANGSU TOURISM

主办单位
江苏省旅游局

承办单位
江苏省旅游发展研究中心

编辑部地址
南京市中山北路255号

联系电话
（025）83421198

投稿邮箱
jslytx@126.com

准印证号
S(2017)00000249

Contents 目录

2018年03月刊 | 总第328期

热点聚焦



今年全国两会期间，旅游业创新发展和旅游行政管理机构改革的话题，得到了全国人大代表和全国政协委员的广泛关注。代表和委员们对五年来旅游业所取得的成就各抒己见，他们在充分肯定的同时，提出了许多很好的意见和建议。

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平，在参加十三届全国人大一次会议山东代表团审议时指出，实施乡村振兴战略，是党的十九大作出的重大决策部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大历史任务，是新时代做好“三农”工作的总抓手。农业强不强、农村美不美、农民富不富，决定着全面小康社会的成色和社会主义现代化的质量。这为大力发展乡村旅游，提出了新时期新发展的任务与使命。

国务院总理李克强代表国务院所作的政府工作报告中多次提及“旅游”，旅游将再次迎来发展新机遇。在“过去五年工作回顾”中提到：五年来，人民生活持续改善。出境旅游人次由8300万增加到1亿3千多万。在“对2018年政府工作的建议”中提出：大力实施乡村振兴战略。推动农村各项事业全面发展。稳步开展农村人居环境整治三年行动，推进“厕所革命”。并提出积极扩大消费和促进有效投资。增强消费对经济发展的基础性作用。创建全域旅游示范区，降低重点国有景区门票价格。李克强总理的政府工作报告既肯定了我国旅游发展取得的成绩，也明确了下一步攻坚的方向——发展优质旅游，让百姓更有获得感。这也成为很多代表和委员热议的话题。

全国政协委员、交通运输部党组书记杨传堂在接受记者采访时说，交通与旅游的融合发展，无论是相关部门统筹推动的行为，还是各地自发的行为，都是符合客观规律的事情，是互利共赢的事情。只要持续按照客观规律办事，交通和旅游会“走到一条路上去”。此前，交通运输部、国家旅游局等部门共同发布了《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》，目前交通运输部正计划对该文件的实施情况进行评估。

全国政协委员、江苏省政协原主席蒋定之表示，江苏省提出的“1+3”功能区的战略构想，对于旅游业发展是新的契机。“1+3”功能区中，“1”指的是扬子江城市群，包括沿江八市。“3”包括3个功能区，一是江淮生态经济区，包括淮安、宿迁等地；二是由沿海三市连云港、盐城、南通组成的沿海经济带；三是把徐州建设成为淮海经济区的中心城市，拓展江苏发展的纵深。

全国人大代表、无锡灵山文化旅游集团董事长吴国平在审议中提出，发展全域旅游要有龙头景区带动。他在接受记者采访时说“今年,全域旅游再次被写进政府工作报告，并且报告又对全域旅游作了更为具体的要求——创建全域旅游示范区，这体现了党中央对旅游发展的高度重视，也是中国旅游发展进入新阶段的具体体现。”吴国平认为，全域旅游成为全国上下共同努力的一个目标，各级政府都在全力推进，这是旅游人的骄傲。

“无处不风景，无处不旅游。”吴国平表示，全域旅游打破了城市和乡村的界限，能够对美丽乡村建设、精准扶贫起到非常重要的作用。在他看来，全域旅游是以旅游为主导的资源高度整合，一个地方的基础设施、道路、交通、服务体系都要以全域旅游为统领。他指出：“我们对于全域旅游示范区要达到的社会效益和经济效益，需有一个比较好的测评，这样可以让大家看到，开展创建工作对地方经济的带动作用和城市形象的提升作用具体表现在哪里，这样全域旅游的发展才能更有持续性。”在发展全域旅游的过程中，如果没有知名目的地的带动，会大打折扣。“如果一个地区没有龙头景区或龙头目的地，一般人们是不会选择到那里旅游的。因此，各地在创建全域旅游示范区的过程中，要让当地的全域旅游更加深入老百姓心里，让游客更有获得感。”

对于如何让优质的旅游管理模式影响到更多正在成长的旅游景区，吴国平结合无锡灵山景区的例子说，灵山已在向打造“创意文化旅游目的地运营商”“创意文化旅游产业链集成服务商”方向发展，经过积极探索，形成了“创意、规划、设计、建设、管理、运维”全产业链、全过程的项目开发模式，并根据不同项目定制不同的开发模式。吴国平认为，旅游管理同样需要引领示范，通过服务输出，提高住宿、活动、服务、文创等旅游核心品质，使旅游业成为新的经济增长极。

全国人大代表，南京禄口国际机场有限公司党委书记、董事长钱凯法认为：加快以机场为核心的临空经济建设，助力区域经济社会发展，民航业作为消费性服务业，航空市场持续扩大，供给能力、服务水平不断提升，较好地满足了人民群众日益增长的出行需要；另一方面，作为生产性服务业，民航业持续快速发展，也为经济社会发展做出了重要贡献，特别是大型枢纽机场已经突破单一运输功能，依托机场形成的临空经济区，成为吸引高科技产业、高端制造业和现代服务业的新动能。不仅机场周边充满生机活力，而且促进城市不断优化产业布局、功能布局，驶入高质量发展的快车道。从主动对接“一带一路”、长江经济带、世界级城市群等国家战略出发，到承担推动高质量发展、提升南京城市首位度的重要任务，加快以机场为核心驱动的临空经济发展，既符合国家和省市战略，又契合行业发展要求，为此，南京机场迫切需要进一步提升区域枢纽功能，加快与临空经济的深度融合，形成产业经济向心力，推动经济发展方式转变和产业结构升级。

近年来，省委省政府高度重视旅游，省委十三届三次全会提出，要“建设国际航空枢纽，规划建设国际航空物流枢纽，促进产业经济与空港经济的融合”，今年的省政府工作报告也提出“构建现代化综合交通运输体系，为经济社会发展提供更加有力的支撑和保障”；行业部门大力支持，国家民航局局长与省主要领导会谈时提出“突出特色，打造具有示范引领作用的临空经济区”的思路；南京市加强统筹，以机场为核心，协调溧水、江宁，共同推进临空经济区建设；南京机场二期投运后，基础设施条件明显改善，保障能力、运行品质提升较快，客货运输规模连续三年快速增长。同时，南京江北新区落户的高端产业，即将带来大规模产业支撑，申报中的国家适航审定中心，将形成航空关联行业平台，加上江苏特有的航空科技、人才资源优势，打造以机场为核心的临空经济区，实现空港经济与产业经济有机融合，恰逢其时，南京机场有能力、也有责任承担更多任务。

两会期间，民建中央提出了“关于以休闲农业和乡村旅游为突破口助力乡村振兴战

略实施”的提案。民建中央建议，完善体制机制，推动部门联动。尽快制定发布《休闲农业和乡村旅游发展规划》，整合农业、旅游、工商、税务、财政、宣传、金融等部门力量，统一领导、统一规划、统一宣传。

全国政协委员、宁夏回族自治区政协副主席洪洋表示，在落实乡村振兴战略、发展乡村旅游的过程中，应该保护好乡村的淳朴民风，游客自然愿意做回头客。洪洋谈及全域旅游时建议，宁夏提出大力发展全域旅游，下一步要深化、落实，根据宁夏南北部区域差异，产业基础差异，文化底蕴差异，统筹落实全域旅游，尤其要注意融入地域特色、民族特色、文化内涵，既要包装、打造，也要防止夸大、歪曲。

全国政协委员、重庆陶然居集团董事长严琦建议，抓紧启动武陵山片区全域旅游发展规划编制工作，打破行政区域分割，加强统筹，协调片区相关各省市和各市州区、县努力探索全域旅游与精准扶贫一体化发展的“武陵山模式”，共同推动武陵山片区旅游扶贫实现跨越发展，为集中连片特困地区提供可复制、可推广的经验。

全国人大代表、四川省广元市委书记王菲认为，广元现在发展面临很多机遇，打造全域旅游目的地，不断夯实建设的载体，推进富有特色、充满活力、宜养宜游、宜居宜业的景区、园区、城镇。提出推进绿色、彩化、美化、香化、亮化，把广元这个全域旅游的目的地真正打造成千年古蜀道、百里彩画廊。

全国人大代表、广东省惠州市政府副秘书长黄细花建议，迫切需要社会各方面保障导游权益，提高导游地位。尽快成立全国性导游协会，建立专项工作机制，让导游人员拥有自己的社团组织，举办全国性导游人员大会，以交流促进业务提升，以沟通促进信息共享。

全国人大代表、宣城市市长张冬云认为，乡村振兴，就是怎样把人留下来。游客不是看你的城市，而是看你的乡村，看你的古镇、古村落、古民居，通过这些看得见山，望得见水，记得住乡愁。旅游好了，城里人去了，当地老百姓有收入了，有了收入就可以去城里消费，这样就形成了良性循环发展。

全国政协委员、重庆市旅游局局长刘旗认为，以前“厕所革命”可能只是注重旅游领域，现在“厕所革命”逐步推向了全域。在国家提出的乡村振兴战略中，乡村人居环境的改善、农民文明素养的提升都是很重要的内容，“厕所革命”无疑对此具有重要的推动作用。通过在乡村开展“厕所革命”，可以解除游客的顾虑，提升乡村旅游舒适度，从而更好地发挥旅游扶贫、富民作用。

全国政协委员、中国社会科学院欧洲研究所所长黄平认为，当前旅游产业呈现上升趋势，入出境旅游都实现了快速发展，这对于加强不同国家和地区之间的人文交流发挥了独特的作用。当然，出境旅游时，一些中国游客除了自身素质问题，也会遇到一些不同礼俗、不同生活习惯的考验，需要我们积极面对。

全国政协委员、贵州省旅游发展委员会主任李三旗表示，政府工作报告中提出降低重点国有景区门票价格，这不仅是顺应大众旅游趋势、惠及民生之举，在客观上也顺应了全域旅游发展的趋势。在全域旅游背景下，游客消费范围不仅仅局限于景区，而是扩展至全域，旅游业发展模式从以景点为核心的“小旅游”转变为“大旅游”，突破门票经济，转变盈利模式也成为发展趋势。

全国政协委员、吉林省旅游发展委员会主任杨安娣说，当前，发展优质旅游是我国旅游业的题中之义。吉林是旅游资源大省，但还远远算不上旅游大省，作为后发赶超省份，要实现旅游业的“弯道超车”，既要解决“有没有”的问题，又要解决“好不好”的问题，必须统筹考虑速度与质量的关系。

全国人大代表、民建广东省委副主委林勇表示，赞成国家旅游局提出的在当前阶段推动旅游业从高速旅游增长向优质旅游发展转变的工作部署。他建议热门旅游地应大力发展民宿。政府需要进一步完善公共交通、环保、基础设施等，从而吸引游客平时过去度假，避免在节假日集中出游。相关地方要把旅游作为一个长远的产业来推进，作为提升一个地区的长远品牌来布局。

（本刊综合整理）



国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见

国办发〔2018〕15号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

旅游是发展经济、增加就业和满足人民日益增长的美好生活需要的有效手段，旅游业是提高人民生活水平的重要产业。近年来，我国旅游经济快速增长，产业格局日趋完善，市场规模品质同步提升，旅游业已成为国民经济的战略性支柱产业。但是，随着大众旅游时代到来，我国旅游有效供给不足、市场秩序不规范、体制机制不完善等问题日益凸显。发展全域旅游，将一定区域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，统一规划布局、优化公共服务、推进产业融合、加强综合管理、实施系统营销，有利于不断提升旅游业现代化、集约化、品质化、国际化水平，更好满足旅游消费需求。为指导各地促进全域旅游发展，经国务院同意，现提出以下意见。

一、总体要求

（一）指导思想。

全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真落实党中央、国务院决策部署，统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立和贯彻落实新发展理念，加快旅游供给侧结构性改革，着力推动旅游业从门票经济向产业经济转变，从粗放低效方式向精细高效方式转变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从企业单打独享向社会共建共享转变，从景区内部管理向全面依法治理转变，从部门行为向政府统筹推进转变，从单一景点景区建设向综合目的地服务转变。

（二）基本原则。

统筹协调，融合发展。把促进全域旅游发展作为推动经济社会发展的重要抓手，从区域发展全局出发，统一规划，整合资源，凝聚全域旅游发展新合力。大力推进“旅游+”，促进产业融合、产城融合，全面增强旅游发展新功能，使发展成果惠及各方，构建全域旅游共建共享新格局。

因地制宜，绿色发展。注重产品、设施

与项目的特色，不搞一个模式，防止千城一面、千村一面、千景一面，推行各具特色、差异化推进的全域旅游发展新方式。牢固树立绿水青山就是金山银山理念，坚持保护优先，合理有序开发，防止破坏环境，摒弃盲目开发，实现经济效益、社会效益、生态效益相互促进、共同提升。

改革创新，示范引导。突出目标导向和问题导向，努力破除制约旅游发展的瓶颈与障碍，不断完善全域旅游发展的体制机制、政策措施、产业体系。开展全域旅游示范区创建工作，打造全域旅游发展典型，形成可借鉴可推广的经验，树立全域旅游发展新标杆。

（三）主要目标。

旅游发展全域化。推进全域统筹规划、全域合理布局、全域服务提升、全域系统营销，构建良好自然生态环境、人文社会环境和放心旅游消费环境，实现全域宜居宜业宜游。

旅游供给品质化。加大旅游产业融合开放力度，提升科技水平、文化内涵、绿色含量，增加创意产品、体验产品、定制产品，发展融合新业态，提供更多精细化、差异化旅游产品和更加舒心、放心的旅游服务，增加有效供给。

旅游治理规范化。加强组织领导，增强全社会参与意识，建立各部门联动、全社会参与的旅游综合协调机制。坚持依法治旅，创新管理机制，提升治理效能，形成综合产业综合抓的局面。

旅游效益最大化。把旅游业作为经济社会发展的重要支撑，发挥旅游"一业兴百业"的带动作用，促进传统产业提档升级，孵化一批新产业、新业态，不断提高旅游对经济和就业的综合贡献水平。

二、推进融合发展，创新产品供给

（四）推动旅游与城镇化、工业化和商贸业融合发展。建设美丽宜居村庄、旅游小镇、风情县城以及城市绿道、慢行系统，支持旅游综合体、主题功能区、中央游憩区等建设。依托风景名胜区、历史文化名城名镇名村、特色景观旅游名镇、传统村落，探索名胜名城名镇名村"四名一体"全域旅游发展模式。利用工业园区、工业展示区、工业历史遗迹等开展工业旅游，发展旅游用品、户外休闲用品和旅游装备制造业。积极发展商务会展旅游，完善城市商业区旅游服务功能，开发具有自主知识产权和鲜明地方特色的时尚性、实用性、便携性旅游商品，增加旅游购物收入。

（五）推动旅游与农业、林业、水利融合发展。大力发展观光农业、休闲农业，培育田园艺术景观、阳台农艺等创意农业，鼓励发展具备旅游功能的定制农业、会展农业、众筹农业、家庭农场、家庭牧场等新型农业业态，打造一二三产业融合发展的美丽休闲乡村。积极建设森林公园、湿地公园、沙漠公园、海洋公园，发展"森林人家"、"森林小镇"。科学合理利用水域和水利工程，发展观光、游憩、休闲度假等水利旅游。

（六）推动旅游与交通、环保、国土、海洋、气象融合发展。加快建设自驾车房车旅游营地，推广精品自驾游线路，打造旅游风景道和铁路遗产、大型交通工程等特色交通旅游产品，积极发展邮轮游艇旅游、低空旅游。开发建设生态旅游区、天然氧吧、地质公园、矿山公园、气象公园以及山地旅游、海洋海岛旅游等产品，大力开发避暑避寒旅游产品，推动建设一批避暑避寒度假目的地。

（七）推动旅游与科技、教育、文化、卫生、体育融合发展。充分利用科技工程、科普场馆、科研设施等发展科技旅游。以弘扬社会主义核心价值观为主线发展红色旅游，积极开发爱国主义和革命传统教育、国情教育等研学旅游产品。科学利用传统村落、文物遗迹及博物馆、纪念馆、美术馆、艺术馆、世界文化遗产、非物质文化遗产展示馆等文化场所开展文化、文物旅游，推动剧场、演艺、游乐、动漫等产业与旅游业融合开展文化体验旅游。加快开发高端医疗、中医药特色、康复疗养、休闲养生等健康旅游。大力发展冰雪运动、山地户外运动、水上运动、汽车摩托车运动、航空运动、健身气功养生等体育旅游，将城市大型商场、有条件景区、开发区闲置空间、体育场馆、运动休闲特色小镇、连片美丽乡村打造成体育旅游综合体。

（八）提升旅游产品品质。深入挖掘历史文化、地域特色文化、民族民俗文化、传统农耕文化等，实施中国传统工艺振兴计划，提升传统工艺产品品质和旅游产品文化含量。积极利用新能源、新材料和新科技装备，提高旅游产品科技含量。推广资源循环利用、生态修复、无害化处理等生态技术，加强环境综合治理，提高旅游开发生态含量。

（九）培育壮大市场主体。大力推进旅游领域大众创业、万众创新，开展旅游创客行动，建设旅游创客示范基地，加强政策引导和专业培训，促进旅游领域创业和就业。鼓励各类市场主体通过资源整合、改革重组、收购兼并、线上线下融合等投资旅游业，促进旅游投资主体多元化。培育和引进有竞争力的旅游骨干企业和大型旅游集团，促进规模化、品牌化、网络化经营。落实中小旅游企业扶持政策，引导其向专业、精品、特色、创新方向发展，形成以旅游骨干企业为龙头、大中小旅游企业协调发展的格局。

三、加强旅游服务，提升满意指数

（十）以标准化提升服务品质。完善服务标准，加强涉旅行业从业人员培训，规范服务礼仪与服务流程，增强服务意识与服务能力，塑造规范专业、热情主动的旅游服务形象。

（十一）以品牌化提高满意度。按照个性化需求，实施旅游服务质量标杆引领计划和服务承诺制度，建立优质旅游服务商名录，推出优质旅游服务品牌，开展以游客评价为主的旅游目的地评价，不断提高游客满意度。

（十二）推进服务智能化。涉旅场所实现免费 WiFi、通信信号、视频监控全覆盖，主要旅游消费场所实现在线预订、网上支付，主要旅游区实现智能导游、电子讲解、实时信息推送，开发建设咨询、导览、导游、导购、导航和分享评价等智能化旅游服务系统。

（十三）推行旅游志愿服务。建立旅游志愿服务工作站，制定管理激励制度，开展志愿服务公益行动，提供文明引导、游览讲解、信息咨询和应急救援等服务，打造旅游志愿服务品牌。

（十四）提升导游服务质量。加强导游队伍建设和权益保护，指导督促用人单位依法与导游签订劳动合同，落实导游薪酬和社会保险制度，明确用人单位与导游的权利义务，构建和谐稳定的劳动关系，为持续提升导游服务质量奠定坚实基础。全面开展导游培训，组织导游服务技能竞赛，建设导游服务网络平台，切实提高导游服务水平。

四、加强基础配套，提升公共服务

（十五）扎实推进"厕所革命"。加强规划引导、科学布局和配套设施建设，提高城乡公厕管理维护水平，因地制宜推进农村"厕所革命"。加大中央预算内资金、旅游发展基金和地方各级政府投资对"厕所革命"的支持力度，加强厕所技术攻关和科技支撑，全面开展文明用厕宣传教育。在重要旅游活动场所设置第三卫生间，做到主要旅游景区、旅游线路以及客运列车、车站等场所厕所数量充足、干净卫生、实用免费、管理有效。

（十六）构建畅达便捷交通网络。完善综合交通运输体系，加快新建或改建支线机场和通用机场，优化旅游旺季以及通重点客源地与目的地的航班配置。改善公路通达条件，提高旅游景区可进入性，推进干线公路与重要景区连接，强化旅游客运、城市公交对旅游景区、景点的服务保障，推进城市绿道、骑行专线、登山步道、慢行系统、交通驿站等旅游休闲设施建设，打造具有通达、游憩、体验、运动、健身、文化、教育等复合功能的主题旅游线路。鼓励在国省干线公路和通景区公路沿线增设观景台、自驾车房车营地和公路服务区等设施，推动高速公路服务区向集交通、旅游、生态等服务于一体的复合型服务场所转型升级。

（十七）完善集散咨询服务体系。继续建设提升景区服务中心，加快建设全域旅游集散中心，在商业街区、交通枢纽、景点景区等游客集聚区设立旅游咨询服务中心，有效提供景区、线路、交通、气象、海洋、安全、医疗急救等信息与服务。

（十八）规范完善旅游引导标识系统。建立位置科学、布局合理、指向清晰的旅游引导标识体系，重点涉旅场所规范使用符合国家标准的公共信息图形符号。

五、加强环境保护，推进共建共享

（十九）加强资源环境保护。强化对自然生态、田园风光、传统村落、历史文化、民族文化等资源的保护，依法保护名胜名城名镇名村的真实性和完整性，严格规划建设管控，保持传统村镇原有肌理，延续传统空间格局，注重文化挖掘和传承，构筑具有地

域特征、民族特色的城乡建筑风貌。倡导绿色旅游消费，实施旅游能效提升计划，降低资源消耗，推广使用节水节能产品和技术，推进节水节能型景区、酒店和旅游村镇建设。

（二十）推进全域环境整治。积极开展主要旅游线路沿线风貌集中整治，在路边、水边、山边、村边开展净化、绿化、美化行动，在重点旅游村镇实行改厨、改厕、改客房、整理院落和垃圾污水无害化、生态化处理，全面优化旅游环境。

（二十一）强化旅游安全保障。组织开展旅游风险评估，加强旅游安全制度建设，按照职责分工强化各有关部门安全监管责任。强化安全警示、宣传、引导，完善各项应急预案，定期组织开展应急培训和应急演练，建立政府救助与商业救援相结合的旅游救援体系。加强景点景区最大承载量警示、重点时段游客量调控和应急管理工作，提高景区灾害风险管理能力，强化对客运索道、大型游乐设施、玻璃栈道等设施设备和旅游客运、旅游道路、旅游节庆活动等重点领域及环节的监管，落实旅行社、饭店、景区安全规范。完善旅游保险产品，扩大旅游保险覆盖面，提高保险理赔服务水平。

（二十二）大力推进旅游扶贫和旅游富民。大力实施乡村旅游扶贫富民工程，通过资源整合积极发展旅游产业，健全完善“景区带村、能人带户”的旅游扶贫模式。通过民宿改造提升、安排就业、定点采购、输送客源、培训指导以及建立农副土特产品销售区、乡村旅游后备箱基地等方式，增加贫困村集体收入和建档立卡贫困人口人均收入。加强对深度贫困地区旅游资源普查，完善旅游扶贫规划，指导和帮助深度贫困地区设计、推广跨区域自驾游等精品旅游线路，提高旅游扶贫的精准性，真正让贫困地区、贫困人口受益。

（二十三）营造良好社会环境。树立“处处都是旅游环境，人人都是旅游形象”理念，面向目的地居民开展旅游知识宣传教育，强化居民旅游参与意识、形象意识和责任意识。加强旅游惠民便民服务，推动博物馆、纪念馆、全国爱国主义教育示范基地、美术馆、公共图书馆、文化馆、科技馆等免费开放。加强对老年人、残疾人等特殊群体的旅游服务。

六、实施系统营销，塑造品牌形象

（二十四）制定营销规划。把营销工作纳入全域旅游发展大局，坚持以需求为导向，树立系统营销和全面营销理念，明确市场开发和营销战略，加强市场推广部门与生产供给部门的协调沟通，实现产品开发与市场开发无缝对接。制定客源市场开发规划和工作计划，切实做好入境旅游营销。

（二十五）丰富营销内容。进一步提高景点景区、饭店宾馆等旅游宣传推广水平，深入挖掘和展示地区特色，做好商贸活动、科技产业、文化节庆、体育赛事、特色企业、知名院校、城乡社区、乡风民俗、优良生态等旅游宣传推介，提升旅游整体吸引力。

（二十六）实施品牌战略。着力塑造特色鲜明的旅游目的地形象，打造主题突出、传播广泛、社会认可度高的旅游目的地品牌，建立多层次、全产业链的品牌体系，提升区域内各类旅游品牌影响力。

（二十七）完善营销机制。建立政府、行业、媒体、公众等共同参与的整体营销机制，整合利用各类宣传营销资源和渠道，建立推广联盟等合作平台，形成上下结合、横向联动、多方参与的全域旅游营销格局。

（二十八）创新营销方式。有效运用高层营销、网络营销、公众营销、节庆营销等多种方式，借助大数据分析加强市场调研，充分运用现代新媒体、新技术和新手段，提高营销精准度。

七、加强规划工作，实施科学发展

（二十九）加强旅游规划统筹协调。将旅游发展作为重要内容纳入经济社会发展规划和城乡建设、土地利用、海洋主体功能区和海洋功能区划、基础设施建设、生态环境保护等相关规划中，由当地人民政府编制旅游发展规划并依法开展环境影响评价。

（三十）完善旅游规划体系。编制旅游产品指导目录，制定旅游公共服务、营销推广、市场治理、人力资源开发等专项规划或行动方案，形成层次分明、相互衔接、规范有效的规划体系。

（三十一）做好旅游规划实施工作。全域旅游发展总体规划、重要专项规划及重点项目规划应制定实施分工方案与细则，建立规划评估与实施督导机制，提升旅游规划实施效果。

八、创新体制机制，完善治理体系

（三十二）推进旅游管理体制改革。加强旅游业发展统筹协调和部门联动，各级旅游部门要切实承担起旅游资源整合与开发、旅游规划与产业促进、旅游监督管理与综合执法、旅游营销推广与形象提升、旅游公共服务与资金管理、旅游数据统计与综合考核等职责。发挥旅游行业协会自律作用，完善旅游监管服务平台，健全旅游诚信体系。

（三十三）加强旅游综合执法。建立健全旅游部门与相关部门联合执法机制，强化涉旅领域执法检查。加强旅游执法领域行政执法与刑事执法衔接，促进旅游部门与有关监管部门协调配合，形成工作合力。加强旅游质监执法工作，组织开展旅游执法人员培训，提高旅游执法专业化和人性化水平。

（三十四）创新旅游协调参与机制。强化全域旅游组织领导，加强部门联动，建立健全旅游联席会议、旅游投融资、旅游标准化建设和考核激励等工作机制。

（三十五）加强旅游投诉举报处理。建立统一受理旅游投诉举报机制，积极运用“12301”智慧旅游服务平台、“12345”政府服务热线以及手机 APP、微信公众号、咨询中心等多种手段，形成线上线下联动、高效便捷畅通的旅游投诉举报受理、处理、反馈机制，做到及时公正，规范有效。

（三十六）推进文明旅游。加强文明旅游宣传引导，全面推行文明旅游公约，树立文明旅游典型，建立旅游不文明行为记录制度和部门间信息通报机制，促进文明旅游工作制度化、常态化。

九、强化政策支持，认真组织实施

（三十七）加大财政金融支持力度。通过现有资金渠道，加大旅游基础设施和公共服务设施建设投入力度，鼓励地方统筹相关资金支持全域旅游发展。创新旅游投融资机制，鼓励有条件的地方设立旅游产业促进基金并实行市场化运作，充分依托已有平台促进旅游资源资产交易，促进旅游资源市场化配置，加强监管、防范风险，积极引导私募股权、创业投资基金等投资各类旅游项目。

（三十八）强化旅游用地用海保障。将旅游发展所需用地纳入土地利用总体规划、城乡规划统筹安排，年度土地利用计划适当向旅游领域倾斜，适度扩大旅游产业用地供给，优先保障旅游重点项目和乡村旅游扶贫项目用地。鼓励通过开展城乡建设用地增减挂钩和工矿废弃地复垦利用试点的方式建设旅游项目。农村集体经济组织可依法使用建设用地自办或以土地使用权入股、联营等方式开办旅游企业。城乡居民可以利用自有住宅依法从事民宿等旅游经营。在不改变用地主体、规划条件的前提下，市场主体利用旧厂房、仓库提供符合全域旅游发展需要的旅游休闲服务的，可执行在五年内继续按原用途和土地权利类型使用土地的过渡期政策。在符合管控要求的前提下，合理有序安排旅游产业用海需求。

（三十九）加强旅游人才保障。实施“人才强旅、科教兴旅”战略，将旅游人才队伍建设纳入重点人才支持计划。大力发展旅游职业教育，深化校企合作，加快培养适应全域旅游发展要求的技术技能人才，有条件的县市应积极推进涉旅行业全员培训。鼓励规划、建筑、设计、艺术等各类专业人才通过到基层挂职等方式帮扶指导旅游发展。

（四十）加强旅游专业支持。推进旅游基础理论、应用研究和学科体系建设，优化专业设置。推动旅游科研单位、旅游规划单位与国土、交通、住建等相关规划研究机构服务全域旅游建设。强化全域旅游宣传教育，营造全社会支持旅游业发展的环境氛围。增强科学技术对旅游产业发展的支撑作用，加快推进旅游业现代化、信息化建设。

各地区、各部门要充分认识发展全域旅游的重大意义，统一思想、勇于创新，积极作为、狠抓落实，确保全域旅游发展工作取得实效。国务院旅游行政部门要组织开展好全域旅游示范区创建工作，会同有关部门对全域旅游发展情况进行监督检查和跟踪评估，重要情况及时报告国务院。

国务院办公厅

2018 年 3 月 9 日

我省“依法治旅、依法行政”取得实效

詹庚庆

2017年，省旅游局深入贯彻中共中央、国务院《法治政府建设实施纲要（2015–2020年）》精神，落实省委省政府《关于贯彻落实<法治政府建设实施纲要（2015–2020年）>实施方案》内容要求，遵循依法治旅、依法兴旅理念，围绕我省旅游产业供给侧结构性改革，加强组织领导，明确目标责任，落实相关措施，强化监督管理，规范行政权力运行，增强依法行政能力，提高行政执法效能，扎实推进法治政府建设工作，全省旅游业呈现强劲发展势头，旅游业总收入保持万亿元规模，为法治新江苏建设注入活力。

一、深化体制机制改革

2017年我省深入推进“放管服”改革，大力推进简政放权，进一步清理、缩减行政权力事项，上报省审改办取消“领队证核发、临时导游证核发”等2项权力事项，目前省旅游局仅保留旅行社设立审批、外商投资旅行社许可、导游证核发等3项行政许可事项，其中旅行社设立审批、导游证核发2项许可已委托各设区市旅游主管部门行使；保留入境团队旅游邀请函、旅游规划单位资质认定等2项行政确认事项；保留旅游者不文明行为记录及通报等1项其他权力事项，以及64项行政处罚。行政权力特别是行政许可事项3年缩减了一半以上（2014年有7项行政许可）。我们按照“三集中、三到位”要求，将我省所有权力事项集中在质量管理处及其内设的“质量监督办公室”，并按要求将审批事项全部进驻省政务大厅，切实做到大厅之外无审批。落实《推进简政放权放管结合优化服务改革工作要点》内容要求，对行政许可事项实行目录化、编码化、动态化管理，推进实施“五证合一”、“一照一码”登记制度。认真贯彻执行《江苏省行政权力网上公开透明运行管理暂行办法》，部门权力全部网上公示、网上运行。截至2017年底，批准新设立旅行社6家，上报新批出境游组团社47家，全面实行出境团队“一团一申报、一团一审核”的制度，指导各地旅游局及时、有效地对出境团队运行监管，严格规范《入境旅游团队签证邀请函电》审核签发，并做到即报即发，共完成丹麦、斯里兰卡、拉脱维亚等3个国家10批次共192人次的旅游邀请函电签发工作。审批事项严格按照法定时限做到“零超时”，行政审批工作“零投诉”。同时，认真清理和规范行政事业性收费和政府性基金，目前仅保留1项由省物价局、财政厅于2010年核定的导游人员资格考试和导游人员等级考核收费项目。认真落实省政务办“不再审批事项清单”、“部门责任清单”、“公共服务事项清单”等修订完善工作，顺利完成“行政权力一张网”、“移动客户端便民服务事项”等对接工作，部门行政职能转变取得明显成效，得到了旅游行业和企业的充分肯定。此外，我省以“国家全域旅游示范区”创建工作为契机，推进旅游业改革创新工作，“1＋3＋N”（即重点旅游城市或地区设立旅游警察、旅游综合诉调中心、旅游巡回法庭）的创新管理模式在全省29家国家全域旅游示范区创建单位中逐步推开，南京秦淮和江宁、徐州贾汪、盐城大丰、淮安金湖等地的“1+3”机构已成功受理多起案件，体制创新成效初显。

二、规范行政决策行为

2017年，我们严格落实《江苏省行政程序规定》，以《江苏省旅游局重大行政决策暂行办法》保证重大行政决策事项的质量，结合我局制定的《中共江苏省旅游局党组工作规则》、《江苏省旅游局工作规则》、《省旅游局干部选拔任用和职务晋升暂行办法》、《省旅游局关于规范性文件制定、备案、发布、评估和清理工作的规定》、《省旅游局合同管理办法》等规章制度开展日常工作。对涉及“贯彻落实省政府重要指示、决定的实施意见和措施”、“制定规范性文件”、“旅游发展专项资金项目的确定”、“组织的重大活动和决定的重要奖惩事项”、“重要的人事任免”等重大决策，均纳入重大行政决策目录，并严格落实重大行政决策合法性审查、集体研究决定等程序规定。坚持做好省旅游局重大合同合法性审查，所有金额超过10万元的合同由综合法规处会同局法律顾问进行合法性审查，2017年会同局法律顾问共完成合同的合法性审核共171份，合同金额共10123.17万元。其中金额百万元以上合同共27份，总金额6554.7万元。同时，严格执行政府信息公开条例，做好主动公开和依申请公开工作。凡是能公开的，一律在江苏旅游政务网上向社会公开。今年以来省局召开多次专题会议，研究部署相关工作；明确由办公室牵头，各业务处室明确专人负责的责任体系，具体落实到人；按照《关于印发<江苏省旅游局依申请公开政府信息工作流程>的通知》有序开展政府信息公开工作。2017年我局政务网互动管理平台受理、流转办件366件，其中局长信箱95件，在线咨询258件，信息公开意见箱13件。依申请公开平台受理、流转办件17件。全部按时答复，平均答复时间为5天。认真办理人大、政协委员提案，办结率达100%。自觉接受审计、监察机关的监督，接受社会监督，印发了《江苏省旅游局机关绩效考核暂行办法》、《江苏省旅游局公（商）务接待管理暂行办法》、《江苏省旅游局政府采购管理办法》、《江苏省旅游局关于建立健全权力运行监控机制的实施意见》、《江苏省旅游局关于落实党风廉政建设党委主体责任、纪委监督责任的实施意见》等十多项综合管理和廉政建设方面的制度规定。深入贯彻落实中央八项规定和省委十项规定要求，认真抓好《党政机关厉行节约反对浪费条例》等制度的贯彻执行，深入推进政务公开，接受群众监督。认真学习贯彻习总书记关于“三严三实”的重要论述，党员干部落实“两学一做”新要求，全局全年未发生违法违纪问题。

三、提升行政执法效率

按照国家旅游局开展“不合理低价游”整治工作部署，去年我省连续开展“春季行动”与“暑期整顿”，掀起了一场“延续时间最长、动员力量最广、处罚企业最多、社会反响最好”的整治风暴，推动整个旅游市场秩序进入重要历史转折期。我省上半年先后组织了三批次联合交叉检查，对全省旅游市场秩序进行综合整治。检查组会同设区市旅游部门执法人员对旅行社企业进行不打招呼的临时检查，重点检查经营不合理低价游产品、超范围经营旅行社业务、未经许可经营旅行社业务等旅行社企业违法违规问题。在检查过程中，发现了一批涉嫌违法违规经营行为的线索，由属地旅游局进一步调查处理。在党的十九大前夕，为确保“十一、中秋”黄金周节假日期间旅游市场平稳有序，省局组织南京、苏州、无锡、常州、扬州市旅游质监执法人员，对省内热点旅游城市进行联合执法检查，在苏州市旅游局、公安局、工商局、质监局和食药监局等部门的配合下，对苏州同程旅行社、环古城河游船码头，苏州同里景区、盘门景区和东北街周边旅游环境、旅游集散中心进行了联合执法检查。按照《国家旅游局办公室关于开展全国旅游市场秩序综合整治“秋冬会战”的通知》（旅办发〔2017〕261号）的要求和部署，2017年11月27日至12月2日，国家旅游局督查组组织江、浙、沪旅游行政执法人员对我省旅游市场秩序进行了专项督查，在督查过程中选择了南京市和苏州市为督查区域，重点对旅游市场秩序以及“1+3+N”旅游市场综合管理体制进行了专项督查。督查组对南京开展的“不合理低价游”整治以及苏州制定《全域旅游市场秩序综合监管工作绩效考评办法》所取得的成绩，给予充分肯定，在督查期间对74家旅行社进行了突击检查，查获15家旅行社、19项涉嫌违法违规行为，有效净化了全省旅游市场环境。

四、增强化解防范社会矛盾能力

根据省政府办公厅《关于加强行政调解工作的意见》，结合我省旅游工作实际，省局出台了《江苏省旅游局行政调解工作制度》，对行政调解工作的工作机构、程序等作出了明确规定。确保投诉在第一时间受理、第一时间处理。为了进一步畅通旅游投诉受理渠道，我们创新工作思路，借鉴兄弟部门的成功经验，专门采用国家旅游日5月19日与服务号段相应的数字（96），组成大众易记的96519江苏旅游投诉专线电话，1月

1日开通进入试运行工作阶段，目前正在与全省旅游质监机构对接旅游投诉受理工作，并向社会发布。2017年，质监办直接受理有效投诉共计118件，其中节假日受理52件，国家旅游局督办13件、受理重要投诉转办11件，受理一般投诉42件，均及时妥善处理。每季度发布全省旅游投诉统计情况。2017年共接待投诉游客5550人，受理旅游投诉2766件，结案2761件，结案率99.8%，其中赔偿结案1801件，赔偿总金额7148332元，主要集中在出境游和国内旅游。全年通过国家旅游局12301旅游投诉平台对接甄别处理，共接到投诉案件2189件，移交9件，退回63件，受理1819件，不予受理300件，结案1605件，无凭证结案26件，赔偿金额1623300.95元，法定时限有效投诉2058件，法定时限结案1632件，受理率85.28%，结案率75.25%，法定时限结案率79.30%。正是由于省、市各级旅游质监部门对各类旅游投诉、举报及纠纷规范、有效的处理，及时化解了各类矛盾，2017年省局未接到一起行政复议申请。转变旅游部门职能，就是要变以往的刚性管理模式为更加灵活且符合社会治理要求的柔性管理加服务模式。2017年我们组织省内各大旅行社开展转型升级研讨会，做好"旅游团队服务管理系统"及"旅行社统计调查管理系统"填报的培训工作。按照省政府百项重点工作责任分工要求，省局确定了"全省游客满意度综合指数达到80分以上"重点工作目标。利用市场检查、调研等发现并反馈各市旅游大环境建设及市场综合监管方面存在的问题，指导其游客满意度提升工作，帮助各市旅游主管部门争取当地市委市政府的支持。通过对全省旅游服务质量状况的持续、系统监测，有效掌握了游客对江苏旅游的消费需求信息，及时查找江苏在旅游大环境、旅游公共服务、旅游景区服务、旅游相关要素等方面存在的问题，倒逼各级政府和相关部门完善旅游监管机制、提高旅游服务水平，也为各地优化旅游发展环境、调整旅游产业结构提供了可靠的决策依据。根据清华大学所做的江苏省游客满意度调查结果，2017年全省游客满意度水平继续"爬坡过坎"，综合指数达到82.94分，在"全域满意"的水平上继续稳步提升。

五、完善法治政府建设保障措施

2017年省局进一步加强领导班子和工作人员学法和执法培训。认真落实部门领导班子集体学法制度，局机关党委认真做好党组、中心组领导班子学法工作，邀请法律专家开展《旅游法》等法律法规的学习、辅导和培训，同时，认真做好"七五"普法宣传教育工作，组织党员干部参加省级机关公务员"七五"普法培训。机关党委结合"七五"普法规划对领导干部学法用法的要求，组织全局处以上领导干部集体参加法制培训、依法行政教育2次，组织全局工作人员《旅游法》、《旅游条例》专题知识考试1次。按照领导干部任前法律知识考试的要求，我局对2017年提拔到正处岗位的两名同志组织了任前法律知识考试。此外，我们创新推动各设区市的旅游质监工作，积极组织协调各地市学习交流旅游质监执法先进经验。为推进全省旅游质监执法治理体系和治理能力的现代化手段，全面提高旅游质监执法队伍的综合素质，10月份举办了全省旅游质监执法培训班，邀请了国家旅游局领导和清华大学赵曙光副教授出席培训会并辅导授课，省内部分旅游局质监执法骨干代表进行交流。2017年分别在苏州、扬州、宿迁三市开展旅游质监试点工作并向全省推广。各地按照《国务院办公厅关于推广随机抽查规范事中事后监管的通知》（国办发〔2015〕58号）精神，创新事中事后监管，完善旅游市场秩序监管方式，营造公平竞争的旅游市场环境，深入推进全省旅游市场秩序随机抽查工作，对旅游市场秩序监管推广"随机抽取检查对象、随机选派检查人员"的"双随机"抽查机制，打击旅游违法违规行为，整顿旅游市场秩序，促进市场主体自觉守法，营造公平竞争环境。

党的十九大报告强调指出，全面依法治国是国家治理的一场深刻革命，对"深化依法治国实践"提出了新要求，要把全面依法治国作为中国特色社会主义的本质要求和重要保障来对待，融入到社会主义现代化建设的方方面面。作为省级旅游主管部门，我们更要始终牢固树立"依法治旅、依法兴旅"理念，加快推进旅游部门法治政府建设工作，让"法治新江苏"成为"游客真满意"旅游目的地的重要内容。

（作者系江苏省旅游局副局长）

加快重大项目建设推进常州旅游再升级

闫梦华

多年来，常州克服资源禀赋不高、开发起步较晚等劣势，积极开拓、大胆创新，实现了旅游业从无到有、从小到大的历史性巨变，成为江苏"资源创造型"旅游业发展的典范。"无中生有"恐龙城、"小题大作"天目湖、"点土成金"古淹城、"借题发挥"大佛塔、"虚实结合"嬉戏谷、"移花接木"盐湖城等一批极富创意的景区在华东地区乃至全国具有较高知名度。

时至今日，常州旅游业发展势头依然良好，但也面临严峻挑战和深刻危机，突出表现在周边城市强力推进旅游业发展形成的竞争态势和常州在旅游重大项目开发上"后继乏力"。抓好旅游项目开发，是加快常州旅游业发展的关键。从理论上说，经过十多年高强度的项目投入，再依靠资本投入和土地资源消耗获得旅游经济高增长，既难以为继，也没有必要。但从实践来看，尽管多年来进行了大规模的旅游促销，但常州旅游市场半径拓展并不理想，最根本的原因还是旅游产品的吸引力不大、竞争力不强。常州靠项目投入兴旅，仍然需要靠项目投入强旅，这是常州旅游发展特征和发展阶段所决定的。因此，要建成华东一流、国内知名的旅游目的地城市，加快实现旅游产品由传统观光型向观光、休闲、度假并重转变，必须按照省委省政府的统一部署，把旅游业作为"两聚一高"新实践的重要内容摆上突出位置，按照市委市政府"重大项目增效年"工作部署，加快引进和建设一批大项目、新项目、好项目，全力构建好常州旅游新体系。

一、以项目建设加快城市旅游发展

加快发展城市旅游是常州旅游转型升级最为关键、最为紧迫的问题之一。随着中国大运河申遗成功，作为运河沿线节点城市的常州应乘势而上，以运河旅游开发为重点，大力实施城市旅游资源开发，加快实现常州旅游由景区向城市延伸。一是要加快运河沿线的环境整治和项目开发，高标准建设好篦箕巷–东坡公园慢行系统、西直街"运河人家"街区，推进好运河外滩等项目建设。二是要加快天宁名胜旅游区的资源整合和改造提升。积极参与青果巷历史文化街区文态业态规划布局，利用青果巷文化地标的影响力以及传统建筑、名人故居等资源，带动前后北岸等周边区域发展，形成城市旅游热点区；统筹规划东坡公园提升和潘家村地块改造，精心打造一个凝结东坡文化和运河文化在内的现象级旅游景区，打响常州东坡文化旅游品牌；规划建设好连接天宁名胜旅游区各主要景点的"旅游通道"。三是进一步提升江南环球港、南大街、国光创意园等休闲商务和美食休闲街（园）区改造提升，丰富旅游内涵、增强旅游吸引力，打造一批旅游观光、美食、购物、娱乐集聚区。四是进一步彰显城市品位和特色，加快生态绿城建设，加强环境综合整治，尤其是要大力修复名人故居和古街巷、古园林、古建筑，增强城市文化气息。

二、以项目建设加快休闲度假体系构建

随着人民生活水平的提高，休闲、度假旅游将成为一种生活方式。一方面，要进一步推进天目湖旅游度假区大溪景区、森林公园、大型演艺等项目开发，在"三区同创"成功后不断以项目建设丰富景区内涵。同时以更大的力度推进茅山、太湖湾两大旅游度假区加快开发。茅山旅游度假区除去茅山东方盐湖城、宝盛园和一些道观外，旅游项目寥寥无几。要围绕茅山的山水资源、盐矿资源和道教文化、养生文化，继续招引策划推出一批重大项目，打造高品质的旅游度假区。太湖湾旅游度假区目前已有环球动漫嬉戏谷、中华孝道园和竺山湖小镇等景区，但度假特色尚不突出。要充分依托太湖湾自然资源，建设长三角最具特色的直升机游艇基地，并引入康体旅游、运动休闲等新型旅游业态。另一方面，要充分利用和整合常州丰富的生态资源和文化资源，重点建设好金坛长荡湖、

武进西太湖、溧阳瓦屋山休闲旅游区和宋剑湖湿地等21个郊野公园。其中，金坛长荡湖要将区内生态、美食、文化等资源有效整合，加快建设一批精品休闲旅游项目。武进西太湖要围绕“生态、科技、文化”主题，加快改造提升花卉博览园，扩大西太湖影视基地影响力，打造“西太湖”休闲品牌。溧阳瓦屋山要加快建设神女湖度假村等重点项目，并与“曹山慢城”、水西村红色旅游经典景区等联动发展，打造溧阳北山旅游集聚区。

三、以项目建设加快乡村特色旅游打造

自助游、自驾游日渐成为人们短途出游的重要方式，甚至一种名为“无景点旅游”的旅行方式也悄然兴起。乡村旅游很好的契合了人们出游方式新变化，具有广阔的发展前景。常州在发展乡村旅游过程中，要注重借力，做好“三个结合发展”。一是要与大景区结合发展。天目湖旅游度假区内乡村旅游蓬勃发展，旅游农庄数量众多、质量较高，下一步可围绕南山竹海景区，重点打造戴埠镇自然生态旅游集聚区。太湖湾、茅山周边的自然村落可以大力发展特色农家乐，与嬉戏谷、东方盐湖城等大景区形成配套和互补、互动关系。二是要与现代农业园区结合发展。目前，常州已累计建成市级以上现代农业产业园区超过60个，都具有发展乡村旅游的基础条件。要进一步推动旅游业与农业结合，用现代农业新手段为乡村旅游注入新活力。三是要与文化遗产保护结合发展。常州现有中国历史文化名镇（孟河）、名村（焦溪）各1个，此外还有杨桥、魏村、万绥、余巷等一批古镇古村和阖闾城、寺墩等一批文化遗址。要充分挖掘文化资源，开发以文化、生态为特色的乡村旅游产品。通过“三个结合”，改变常州乡村旅游点建设趋同的现状，形成一批各具特色、能满足不同层次消费需求的乡村旅游点。

四、以项目建设加快主题旅游景区提升

在主题乐园的数量、规模上，常州可谓国内翘楚，曾有媒体赞誉为“东方奥兰多”。当前，就大势而言，常州的主题乐园面临两大难题：一是周边城市纷纷兴建大型主题乐园，与我们形成激烈的竞争态势，特别是上海迪士尼和无锡万达旅游城项目，对常州的主题乐园构成巨大挑战；二是现有三大主题乐园存在较为明显的游乐项目雷同、同质化竞争现象，零和博弈局面不改变，不仅单体的竞争力会受到削弱，也会影响常州旅游的整体形象。解决难题的关键一招，就是围绕各自主题建新项目、围绕整体提升新建项目。常州三大主题乐园的定位已经清晰明确，恐龙园要进一步突出“东方侏罗纪”、淹城要着力做到“复古春秋”、嬉戏谷要全力打造“动漫奇幻”。围绕这样的主题定位，各主题乐园要加快项目更新，引进差异化的游乐项目，以新项目来调结构、促提升。要针对“2+1”（父母＋小孩）、“2+2+1”（祖父母＋父母＋小孩）客源模式，增加辅助性游乐设施的数量。与此同时，要积极招引、建设新的大型主题游乐项目，如机器人主题乐园、航空主题乐园等，进一步强化常州主题乐园集群优势，打造在国内有竞争力、国际有影响力的“主题乐园之都”。

五、以项目建设加快旅游基础设施完善

要抓住江苏省加快推进旅游基础设施建设，构建“畅游江苏”体系的机遇，加快建设一批旅游重大基础设施，大力提升旅游公共服务水平。进一步加快常州国际机场建设，积极开辟或加密直达港澳台和日韩、东南亚等地的国际航空班线，大力拓展国内、入境旅游包机业务。与全省环太湖、沿大运河风景路建设和高速路网建设相衔接，建设与旅游景区、度假区的连接道路，加快构建城乡旅游慢行系统。与沿江城际铁路建设相配套，完善主城区和金坛、溧阳、武进的游客集散中心、旅游咨询中心，以及旅游导识标志、旅游停车场、旅游厕所等。加快智慧旅游发展，实现旅游与交通、公安、商务等数据信息共享，把推动旅游业与城市运行管理、民生和公共服务实现深度融合作为“智慧常州”建设的重要内容。到2020年，全市4A级以上景区全部达到智慧旅游景区标准，主要旅游场所、旅游专线实现免费无线网络覆盖。

（作者单位：常州市旅游局）



宿迁乡村旅游发展研究

宿迁市旅游局

近年来，宿迁市大力发展乡村旅游业，将乡村旅游作为推动产业融合、增加农民收入、改善乡村环境、弘扬文明乡风、促进城乡共同繁荣的主要途径，较好地推动了乡村旅游业的良性发展。

一、全市乡村旅游发展基本情况

（一）分布及规模。全市共有省级乡村旅游区28家。其中，省三星级乡村旅游区20家、省四星级乡村旅游区8家。具体分布为泗阳县9家、沭阳县6家、泗洪县5家、宿城区3家、宿豫区3家、市湖滨新区1家、市洋河新区1家。

（二）产品类型。从资源类型来看，全市乡村旅游产品绝大部分属于自然生态型和农业观光型。按区位条件分，全市乡村旅游点主要分为中心城镇依托型、重点景区依托型、优势资源依托型和交通干线依托型四大类。比如以梨园湾、国润大观园、大禾庄园等为代表的中心城镇依托型；以沭阳花木生态旅游区、运河湾自然农园等为代表的重点景区依托型；以小街渔村、湖滨新区戴场岛为代表的优势资源依托型；以南蔡开心农园、世外桃源休闲度假区为代表的交通干线依托型。

（三）经营模式。全市乡村旅游区（点）经营方式主要分为“政府＋农户、公司＋农户”两种，现有28家的省三星级及以上乡村旅游区中，以政府为主导、农户参与的乡村旅游区（点）12家、具有“公司＋农户”经营模式的乡村旅游区（点）16家，分别占总数的42.9%、57.1%。

（四）政策支持。2017年全市争取省级乡村旅游类发展专项资金达400万元。今年市级旅游业发展引导资金有41万元用于乡村旅游项目的规划及配套设施建设补助。市委市政府出台的《宿迁市特色风情旅游景点建设实施方案》将全市43个乡村旅游点纳入未来3年的重点建设培育计划，旅游业发展专项引导资金将进一步增加支持力度。

二、全市乡村旅游发展存在的主要问题

（一）产业规模小，经济效益低。我市乡村旅游普遍规模较小、产业化程度不高。大部分都是在农业结构调整项目基础上发展起来的，“农”味较重，“游”味不浓。几乎所有项目在开发时，缺乏必要的策划、论证和规划就匆匆上马，导致乡村旅游普遍存在“多而散、小而弱、经济效益差”的现象，难以持续发展或实现盈利。如宿城区四星级乡村旅游区利华生态园、泗阳县三星级乡村旅游区君逸山庄因经营不善，亏损严重，2016年被江苏省旅游局复核摘牌。

（二）产品单一，缺乏特色。目前来看，

宿迁乡村旅游尚处于初级产品开发阶段，主要以观光、采摘为主，产品较为单一，游客参与体验度不高，带动当地劳动力就业能力有限。整体发展水平仍处在1.0观光版本，与苏南以及部分发展成熟的城市4.0休闲度假版本相比，缺乏核心竞争力和发展后劲。

（三）市场运作水平较低。宿迁大多数乡村旅游区普遍存在“守株待兔”的被动式接待，没有形成营销体系，客源市场定位不明，其游客主要以周边市民和学生为主。

（四）基础设施配套不到位。基础设施不完善是制约乡村旅游发展的重要因素之一。现有多数乡村旅游区（点）配套设施不完善，如“最后一公里”未全面打通，停车不方便、网络信号差、公厕标准低、卫生环境差等，大大影响了可达性、便捷性。

（五）配套建设受限于土地性质。由于受到土地性质和土地指标限制，大部分乡村旅游项目无法按照星级乡村旅游区的要求配套建设餐饮、住宿、停车场、道路、卫生间等设施，一定程度上制约了乡村旅游业的快速发展。

三、宿迁乡村旅游发展建议

乡村旅游是发生在乡村地区，依托乡村资源开发、观光、休闲度假等旅游体验活动的一种旅游方式。发展乡村旅游离不开农业、农村、农民，否则只能是空中楼阁。结合宿迁实际，发展乡村旅游建议要加快整合现有政策资源，与生态经济示范镇、特色景观名镇名村、美丽乡村等建设结合起来，以农民为主体，以增加农民收入为根本，部门联动，创新举措，合力推进，努力实现乡村旅游的品质和内涵双提升。具体来讲要坚持“三个原则”，营造“三大特色空间”，实现“四大提升”。

首先，发展乡村旅游要坚持“三个原则”。即坚持策划先行原则、坚持运营先行原则、坚持生态先行原则。坚持策划先行原则，就是要将“策创营”前置的理念引入乡村旅游项目开发，始终坚持项目策划定位为先导，避免盲目上马；坚持运营先行原则，就是要将旅游要素深度融合到项目中去，认真研究项目的后期运作和发展模式，做到无运营方案不启动；坚持生态先行原则，就是要在项目开发过程中始终重视生态保护，制定生态保护方案，充分体现农村特色、生态特色，注意乡土味道，保留乡村风貌。

其次，要营造“道、田、庄”三大特色空间。乡村的村庄肌理和资深本底是乡村旅游的核心吸引物，要从“道、田、庄”这三大空间维度保持好乡村原始的多彩之“形”。

一是要保存好“道”的肌理。乡村道路不仅仅是乡村旅游交通连接系统，也是户外运动休闲系统，更是乡村旅游的第一道“景观”。在开发过程中，要尽量保持其原有生态肌理，保存其原真性、生态性，尽量避免对乡村内部原有道路做“改道拉直”、“加宽平整”等城市化手法的改造，更不能大兴土木破坏古道古路。为满足自驾游时代对道路的可进入需求，可以通过人车分流、外围停车、核心慢行等方式解决车辆通行问题。在路基材料、路旁树木、停车场地面等设施的选材上要突出生态性和地方特色，尽量避免规整的行道树、水泥路面和大面积硬化停车场等城市化设施，可以选择乡土树种作为行道树，采用透水砖铺设生态停车场，选择透水混凝土等绿色建材铺设行车道生态路面，尽量就地取材用石块、青砖等材料铺设乡村旅游核心区的慢行道。同时，作为乡村旅游的引道，也是乡村旅游氛围营造的重要载体，可以在乡村旅游道路两旁设置富有创意的园艺小品、休闲设施等来增加乡村旅游产品的品味和特色。在这方面，苏州东山的青蛙村很值得学习和借鉴。入村弯弯曲曲的石子路宽一米多，左边是田，右边是河，路边的垂柳随风飘动，绿树散发出橘子的清香，河中的渔船随意停放，整体呈现出一幅背山临湖的渔村美景。

二是要保存好“田”的风光。田作为传统乡村生产生活的核心元素，既是承载乡村旅游体验的重要载体，也是田园风情景观的关键部分。从“田”的形状来看，往往因为自身独特的地貌肌理而容易形成较好的景观效果，如梯田、垛田等。从“田”的作物选择来看，受气候、地理等条件影响，传统的乡村农田的农作物往往相对稳定，农业生产与时令性有关，往往具有一定的季节性。因此，为避免季节与景观的单一性，现在很多地方开始注重产业景观的四季培育，以此来保证一年四季都有不同的风情。规模化、景观化也是产业观光的必备条件之一，因此，有些地方通过连片种植、搭配调色等方式来形成具有震撼力的景观效果。前者如兴化油菜花、浙江安吉第一茶场，后者如三台山衲田花海、盐城荷兰花海等。从“田”的农事体验来看，对于增强乡村旅游的趣味性，延长旅游活动时间，促进消费需求有着积极的引导作用。在乡村旅游体验中具有较大的挖潜价值。不仅应注意挖掘农事的体验化，还应注意工具的体验化、设施的体验化，因地制宜地扩展，体验传统乡村生产生活场景，演示水车灌溉、水牛犁田、井绳打水等生产场景，展示镐、锹、犁等传统农业器具的使用方法，也可以展示无土栽培、自动灌溉、智能施肥等现代农业科技。在这方面，宿迁的大禾庄园给我们提供了很好的经验和做法。

三是要保存好“庄”的风格。传统的乡村布局和乡村建筑是在几千年的历史中形成的，适应了乡村特有的地理地貌，体现了乡村独特的历史文化禀赋，同时也表达着乡村朴素而神秘的风水哲学。在乡村旅游开发建设过程中，要尽量尊重原貌，充分体现“原乡”原真性，绝不能搞整村搬移使原乡消失。应根据乡村旅游项目主题定位和乡村现状分类施策。对于基于古镇古村和传统村落开发的乡村旅游项目，应尽量保留原有的乡村布局和建筑风格，按照“修旧如旧”的原则进行保护和开发，留住原汁原味的“乡味乡愁”。浙江乌村景区的打造，给我们留下了深刻的印象，谷村、渔村等几个庄台组合保存了村庄原始风貌，村道、小桥、古井、池塘、野草、果树等乡野风情再现眼前，让你切实感受到乡味乡愁。对于新开发的现代民宿项目，既要体现当地建筑特色，又要加以修饰设计。如乡伴文旅开发的系列民宿就是通过设计师之手，对当地建筑进行元素解构和空间创新的范例。既要传承原有的文化内涵，又要融入满足现代人生活的功能性设施，做到“外古内新”。

再次，要实现乡村旅游“四个方面”的提升。

一是完善公共配套，提升软硬件服务水平。在基础设施建设方面，做到“四化”，即基础设施城市化，完善乡村旅游点内外道路、水电、污水垃圾处理、清洁能源、公共厕所、景点指示牌等；配套设施现代化，开通农村宽带网、有线电视、卫生服务站等；农村景观生态化，保护原生态植被，按照景观标准改造农房等；交通便利化，开通城市直达乡村旅游景区景点的公交线路。在人才培养方面，通过邀请专家学者举办省、市乡村旅游专题培训班，强化对乡村旅游管理人才和涉旅农民的教育培训，培养一批具备现代经营、管理、服务和营销知识的乡村旅游从业人员。

二是加大营销推广，提升市场化运作水平。在接待服务好本地市民游客的基础上，积极拓展外地客源市场。借助我市开展旅游营销活动的渠道优势，将精品的乡村旅游区纳入本市市场营销体系，作为目前景区线路产品的重要补充。将乡村旅游市场营销推广费用列入全市旅游广告宣传推广资金预算。注重传统媒体与新媒体融合宣传，加强目标城市落地广告宣传，利用微信（博）等新媒体，发布旅游营销资讯，策划热点事件营销，提升我市乡村旅游对外知名度和美誉度。

三是实施“旅游+”战略，提升辐射带动水平。坚持产业为主导、旅游创特色，大力发展休闲农业与乡村旅游产品。在产品打造上，重点开发自身特色资源，通过“旅游+田园+民俗文化+特色餐饮+民宿”等多元方式，加强旅游业与其他产业联动，延长产业链，带动蔬菜、畜禽等地方农产品销售，促进农业种植业结构调整；带动农副产品、土特产、旅游纪念品等旅游商品的加工销售，促进农村加工业的发展。真正实现带动农民致富，让农民在发展乡村旅游中得到实惠，进一步激发农民参与的积极性和主动性。

四是增加用地供应，提升乡村旅游建设保障水平。积极落实农业部等六部委联合下发的《关于促进农业产业化联合体发展的指导意见》和国土资源部、国家发展改革委联合下发的《关于深入推进农业供给侧结构性改革做好农村产业联合发展用地保障工作的通知》等国家关于保障乡村旅游用地的政策，盘活存量建设用地支持休闲农业、乡村旅游等项目建设。建议对纳入全市特色风情旅游景点建设的43个乡村旅游点，适当增加年度新增建设用地指标，所需配套设施建设用地，给予优先安排、优先审批。

工作研究

牢固树立安全发展理念打造全域旅游平安景区

无锡市文旅集团

无锡市文化旅游发展集团成立于2013年12月，是按照现代企业制度要求，以市直属公园景区为主体整合惠山古镇等文化旅游资源组建的国有企业集团，下辖鼋头渚风景区、锡惠名胜区、梅园横山风景区、蠡园公园、蠡湖风景区及十八湾风景区、动物园（欢乐园）等6个市属公园景区，以及3个全资子公司和5个国有控股公司，管辖景区范围约22平方公里。

集团成立以来，在市安委会和市国资委、市旅游局等行业主管部门的指导下，认真贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，根据集团安全生产工作点多、面广、线长，涵盖游客安全、水陆交通安全、文物古迹安全、游乐设施安全、旅游商业业态租赁安全、山林防火和动物饲养展示安全等特点，牢固树立安全发展理念，以游客为中心，以打造全域旅游平安景区为抓手，积极履行安全生产主体责任，逐步完善安全生产管理体系，不断加大安全生产基础投入，深入推进安全生产隐患排查治理工作，着力提升集团安全防控、保障能力和管理水平，有效促进了集团快速健康发展。集团2017年度旅游经营收入突破5亿元，较成立之初翻了一番，购票游客突破470万人次。集团也连续多年实现安全生产零事故的工作目标，并多次受到市安委会、市国资委的表彰。

一、加强组织领导，全面落实安全生产主体责任

旅游安全是集团发展的生命线，我们始终坚持把安全生产工作贯穿于集团经营管理的全过程，深入推进安全生产责任制的落实。一是建立健全安全生产责任体系。完善安全生产管理组织架构，强化集团安委会的职能与作用，逐级签订《安全告知承诺书》，层层分解细化，传导落实责任。二是建立完善安全生产例会和检查督查制度。集团领导班子认真履行安全生产“党政同责、一岗双责”要求，定期组织召开会议，分析安全生产形势、部署阶段性工作，研究解决安全生产突出问题，经常深入一线检查指导安全工作，督促各基层单位认真落实企业安全生产主体责任。三是建立安全生产责任制的量化考核指标体系。制定安全生产工作考核办法和考核细则，把安全工作和经济工作以及年度重点目标任务同布置、同检查、同考核。从而构筑起牢固的安全生产防线，为集团各项工作的顺利开展打下坚实的基础。

二、坚持重心下移，夯实安全生产基层基础

一是加强教育培训，着力提升全员安全意识。集团依托市安协的平台，每年定期组织全体安全管理岗位人员开展安全教育培训并严格考核。同时，在安全生产月和职工冬训期间，通过邀请专家上门授课、组织警示教育和现场教学等多种形式，开展全员安全教育培训，全面提高广大干部职工的安全意识。二是做好重大花事节庆活动安全保障。针对全年花事节庆活动众多的特点，我们牢牢把握住“三个抓”：一抓活动审批和方案、应急预案的制定和落实；二抓活动前安全检查；三抓活动中的责任落实和动态检查，使各项活动保障措施真正落到实处。三是加大安全基础投入。山林是文旅集团重要的旅游资源，这两年我们共投入110多万元，在锡惠、鼋头渚、梅园等景区相继建成22只山林防火蓄水池，鼋头渚宝界山林防火通道项目也进入施工建设阶段，山林资源保护的基础更加牢固；加大智慧景区建设力度，深入推进门禁系统的升级改造和大数据平台建设工作，为景区实时监测客流变化和旅游安全应急管理工作提供坚实的技术支撑；在惠山古镇试点推行了“智慧用电安全隐患监管服务系统”，运用物联网技术，对用电线路引发火灾因素进行不间断的数据跟踪与统计分析，实时发现电气线路和用电设备存在的安全隐患。逐步实现古镇“用电安全监管”全覆盖。

三、强化隐患排查治理，有效遏制各类事故发生

一是大力推进历史遗留问题整改。自2015年开始，我们自加压力，以钉钉子的精神，强力推进安全历史遗留问题整改，先后完成了动物园和海洋馆消防验收、惠山古镇“气改电”、蠡湖中央公园“三合一”场所清理整治等一大批历史遗留问题的整治工作。二是深入推进安全风险分级分类管控。集团根据“两项行动”的工作要求，认真组织各公园景区开展风险点排查，完成了849个风险点的分类辨识和评估，以单位、科室、部门（班组）、岗位为四个层级，落实危险源分级管控措施和应急措施，并逐步建立健全风险预报预警和事故隐患排查治理工作机制。三是积极构建隐患排查体系。结合全市组织开展的专项整治和专项行动，集团针对安全生产重要节点和重点部位，积极构建全方位、全员参与的隐患排查体系，把隐患排查整治责任传导落实到部门、岗位和个人。四是实施安全隐患闭环管理。2017年集团组织检查各类场所和目标220多处，发现隐患并完成整改177处，整改率100%。

四、加强应急管理，有效提升应急处置能力

一是建立健全“分级管理、统一指挥”的应急管理体系。积极完善集团和各景区上下联动的两级应急反应队伍。集团专门成立了一支30人的应急突击队，在梅园梅花节、鼋头渚烟花大会等重要活动期间，共调动应急突击队180余人次参与活动安全保障和现场秩序维护工作，有效确保了各项活动的顺利举行。二是修订完善各类应急预案。2017年，我们组织对公园景区各类应急救援预案和岗位操作规程进行了全方位的梳理，并作了进一步的优化完善，使应急预案更具有针对性和指导性。三是积极组织开展应急演练。2017年，集团共组织开展各类应急演练活动28次，基本实现了演练常态化、实战化，在锻炼员工应急处置能力的同时，也检验了各类应急预案的可行性。4月份全国旅游安全应急管理会议在无锡举行，在市旅游局等有关部门的大力支持和直接指导下，集团克服了时间紧、任务重等难点，首次承接了含景区大流量疏散、旅游大巴交通事故应急处置、旅游客船消防救助三项科目的旅游安全应急演练任务，圆满完成了“水陆空”应急响应的演练，出动各类人员近800人次，车、船、直升机57车（艘、驾）次，演练科目之新、涉及领域之广、动员力量之强，在我市尚属首次。圆满完成了预定目标，受到了国家旅游局和市领导的高度肯定，也向全国旅游业同行充分展示了无锡旅游安全的应急管理能力和水平。

回顾过去，虽然我们在安全生产工作上取得了一些成绩，但是，我们也清醒地认识到，集团安全生产工作还存在着一些薄弱环节：一是基层单位安全生产管理水平还不均衡；二是个别单位全员参与安全工作的氛围还没有真正形成；三是对租赁和外来施工人员的安全监管还有所欠缺。为此，2018年我们将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢固树立安全发展理念，紧密结合文旅集团产业发展特点，进一步夯实工作责任、加强技术防范、完善体制机制，系统推进安全生产各项工作，努力使安全生产成为全集团的自觉行动，推动集团安全生产形势进一步稳定好转。

一是要推进安全教育经常化和安全培训制度化。认真组织开展“安全生产月”、“安康杯”竞赛、安全宣传教育“七进”等活动，将安全生产内容纳入集团各级党政领导干部培训和单位全员培训范围，进一步提升全员安全生产意识。

二是要强化安全生产事故隐患排查治理。针对安全生产工作的新形势、新问题，构建形成安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防体系，把深入“开展除隐患防事故保安全专项行动”作为安全生产重要工作，抓实抓好，持续深化人员密集场所、特种设备等重要领域安全生产专项整治。

三是要强化重大活动、重要节点和重点领域的安全管理，进一步落实安全生产主体责任。加强对各类花事节庆活动的全过程管控，进一步完善安全保障体系和安全监督检查机制，构筑牢固的安全生产防线。加快推进智慧景区建设，以高速网络平台为依托，智慧化监控为手段，实现对客流变化、交通管理、安全管理的24小时监控全覆盖，及时发布旅游预测预警信息，提高景区应急管理能力，保障旅游安全。

砥砺前行　坚守入境旅游市场

苏州文化国际旅行社



苏州文化国际旅行社是一家综合性旅行社，自成立以来，依托苏州丰富的旅游资源，以及苏式生活对外国人的吸引力，一直主营入境游业务，依靠入境游业务的增长而迅速发展，接待市场在我省入境游市场占有一定比例且发展稳定。多年来，苏州文化国旅平均每年组团、接待外宾人数一直名列前茅，连续多年在全省旅行社同业中入境游市场占比靠前，连年获得省旅游局入境奖励，奖金数一直位居全省第一。入境游不仅是苏州文化国旅的一种情怀，也充分体现一家国际社的综合实力。

2013年下半年以来，随着世界经济下滑、境外政局动荡、恐怖袭击等因素的出现，以及我国旅行社从业者缺乏创新意识、低水平价格竞争、入境产品老化、营销推广方式滞后，旅行社发展资金匮乏等原因，入境市场出现了较大幅度下滑，接待入境人数日趋减少。2017年，我社全年共组织、接待入境人数9万余人。目前，我公司入境市场经营部门由8个缩减为4个，主要针对我社主力市场东南亚。

旅游是世界各国人民友好往来的桥梁。作为一家省五星级旅行社，面对错综复杂的国际形势，我们有责任有义务向世界各国人民宣传和推广我国的旅游资源，展示中国的山水人文资源和改革开放的成果，所以我们一直守护着入境旅游市场这块“阵地”，至今仍然“不忘初心，始终坚守”。

一、克服困难，坚守入境旅游市场阵地

（一）加大在境外客源市场的推广力度。制定“以出养入”的发展计划，筹措和投放一定数量市场发展资金，调整公司入境与出境的不平衡比例（2017年度苏州文化国旅组织出境15万余人次）。精准分析入境客源市场，制定有效的全年境外宣传、营销计划，借力政府对外宣传平台，积极跟进、有效投放、落地实施，不断巩固现有市场、拓展新兴市场。我们每年参加台北高雄旅展，与台湾东森电视台合作进行产品推广，取得了很好的成绩，台湾市场稳定在每年1万人左右；越南市场属于一个温冷市场，我们通过参展营销，由原来的每年接待2000人左右，增加至5000人左右；欧美市场通过专业对接，落地营销，利用FACEBOOK、TWITTER、WECHAT以及群发邮件等西方游客乐于接受的方式，宣传推广优质的旅游资源和产品，取得了很好的效果，2017年由原来的每年接待5000人左右，增加到8000人左右。

（二）不断开发新的入境产品。一是精心打造人无我有的精品线路，努力摆脱原有的产品打造、策划、包装的旧思维，不搞低水平的价格竞争，创造性地策划了一批新线路、新产品，让国外游客耳目一新。针对新加坡、马来西亚市场，我们推出了“养生美食温泉休闲深度游”产品，改变了过去走马观花式的旅游方式，让游客有了更多选择。同时把主题旅游产品结合到奖励旅游团队行程中，让游客参与进来，增加了体验感，保持了新马市场每年收客量的稳定。二是注重产品品牌建设。2018年，苏州文化国旅提出了“不忘初心，方得始终，齐心聚力，共谋发展”的发展战略，持续推进“内强素质、外树品牌”的工作要求，在2017年承接国家旅游局、苏州市旅游局“华夏文明·薪火相传”“高铁沿线重点旅行商考察活动”等活动宣传的基础上，借势发展，联合旅行社行业的精英，一同将我们的资源和品牌推广出去。

（三）注重人才队伍的建设。苏州文化国旅自建社以来，始终秉承“以人性创造空间、以制度规范行为”和“选人、育人、用人、留人”四部曲的原则和思想。近年来我们采取不间断培训和以老带新的方式，培养了一大批的入境人才、专业策划产品人员、外联营销人员和计调人员，他们一直坚守在入境市场默默地耕耘和付出。我们坚信在不久的将来，入境旅游会重焕活力与希望，我们一定能将失去的阵地“夺回来”，我们一定要把入境旅游人才传承下去。

二、着眼未来，迎接入境旅游市场的春天

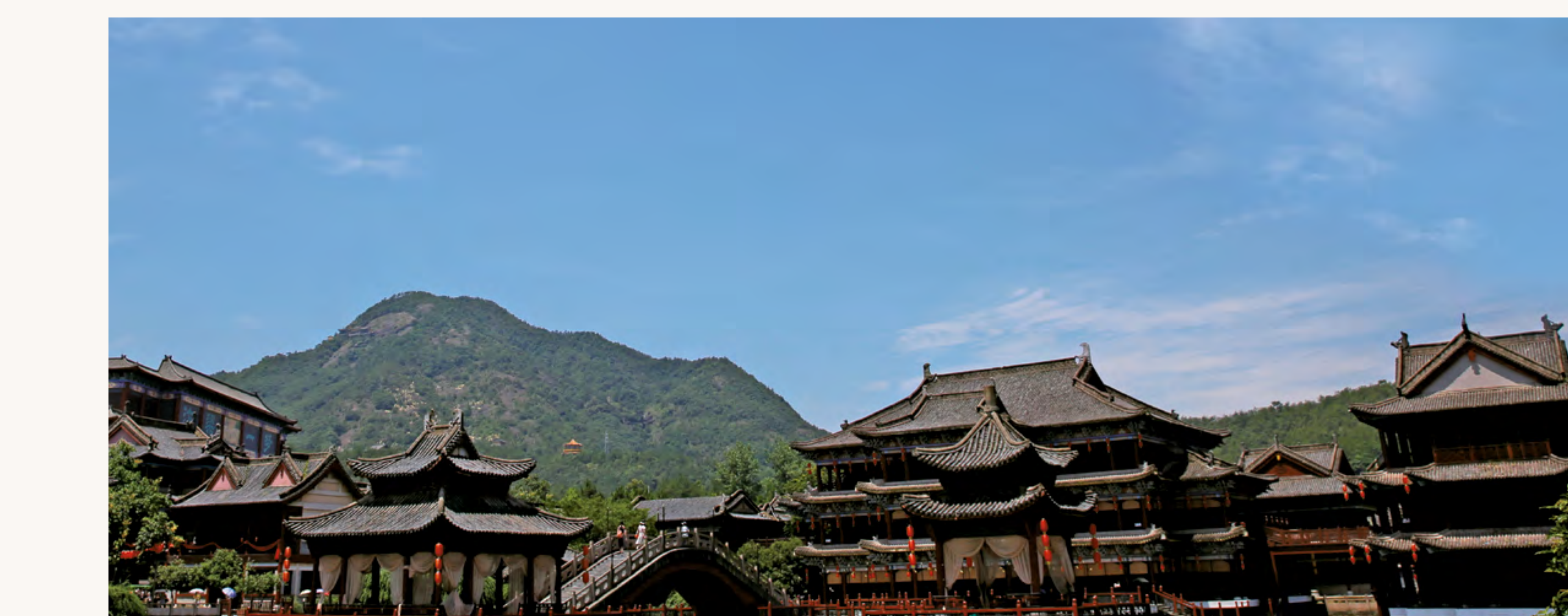
针对入境旅游市场面临的现实问题，我们将着重做好以下几个方面的工作：

（一）探索推广营销模式。我们目前在新加坡和马来西亚成立了推广中心，适时将在境外成立分支机构，加大力度积极宣传推广精品旅游线路。同时借力省、市旅游局“请进来”的营销策略，让境外重点旅行商和旅游媒体走进江苏、深度了解江苏，把江苏的旅游资源推广出去。

（二）借力拓宽客源渠道。2018年我们将与马来西亚航空达成战略合作关系，利用其在马来西亚本国的影响力和其在上海、南京拥有直达航班的便利条件，与南通、泰州、扬州、镇江等新的旅游目的地串线，全力推出“水韵江苏”品质深度游产品。

（三）继续加大人才培训力度。积极引进优秀人才，着力提升外联、计调以及导游接待人员的服务能力，打造一支高素质入境旅游接待队伍。

入境市场的再次振兴需要多方努力，离不开上级主管部门的大力支持和同行的支持、配合。因此，建议从帮助旅行社不断拓展入境旅游市场的角度，省、市旅游主管部门应加大对旅行社的支持力度。一是在组织赴境外推广营销中，增加旅行社名额，特别是对于参展的旅行社给予适当展位补贴。二是加大自主外联奖励力度，增强旅行社对外营销的信心和活力。三是鼓励组团社在境外设立推广中心、分支机构，尤其是在对外网络宣传推广、新媒体传播手段上给予有力支持。四是对于旅行社优秀外联人才、业绩显著者给予物质和精神奖励，在全省树榜样立标杆，以点带面，助推入境旅游市场快速发展。





江苏主题公园发展现状浅析

章晓历 徐亮明

近年来，随着国内旅游市场的蓬勃发展，全国各地又掀起了新一轮主题公园开发建设热潮。无论是在经济较为发达、居民出游率较高的长三角、珠三角和京津冀地区，还是武汉、长沙、成都、重庆、兰州等中西部重要旅游城市，都成为国内外各类主题公园和大小品牌的最佳落脚点。江苏主题公园从上世纪 90 年代初的苏州吴江福禄贝尔科幻乐园开始，至今也走过了 20 多年的发展历程。本文尝试对我省主题公园类型景区的发展现状作一粗浅分析，不当之处还请同行专家多多指正。

一、我国主题公园的定义、特点与类型

目前旅游界公认的观点是：与天然原生的山水自然景观和世代遗留的历史文化遗产不同，主题公园是一种人造旅游资源，是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求而建造的一种具有创意性游园线索和策划性活动方式的现代旅游目的地形态。它比一般的游乐园更注重主题的挖掘与体现，同时强调旅游景观性的营造，更侧重为游客提供娱乐和表演项目的服务。简而言之，主题 + 景观 + 娱乐表演 + 服务 = 主题公园。

根据国家发改委、国土部、环保部、住建部、文化部、国家质检总局、广电总局、新闻出版总署、林业局、旅游局、中国银监会和证监会等 12 部委 2013 年联合下发的《关于规范主题公园发展的若干意见》，我国目前对主题公园的定义是指“以营利为目的兴建的，占地、投资达到一定规模，实行封闭管理，具有一个或多个特定文化旅游主题，为游客提供有偿休闲体验、文化娱乐产品或服务的园区”。我国的主题公园主要分为以下几类：主题游乐（包括大型游乐设施、童话科幻等）、微缩景观、历史文化（包括传统文化、民族文化、民俗风情和历史传说等）、影视文学表演（包括文学名著发源地或作者故里、影视拍摄基地、大型实景演出等以提供情景模拟、环境体验为主的影视、动漫、演艺等）、动植物观赏（包括花卉植物园、湿地公园、动物世界、海洋馆等）等等。

旅游主管部门目前对 A 级景区中主题公园类型有 4 个认定标准：一是景区围绕一定的主题展开；二是景区主体设施大部分是现代人工建造；三是景区的开发建设以盈利为首要目的；四是景区集诸多娱乐内容、休闲要素和服务接待设施于一体。因此，主题公园类型的景区应具有以下几大特点：一是次生的新型旅游景区。与自然旅游景区和人文旅游景区相比，主题公园出现时间相对较晚，1955 年兴建的美国加州迪士尼乐园是全球首个现代主题公园；我国主题公园从上世纪 80 年代开始，如北京大观园、河北正定荣国府、多地的西游记宫等，1989 年深圳锦绣中华建成开业才标志着我国的主题公园进入成长发展阶段。二是鲜明的主题形象和强烈的个性特征。这是主题公园区别于其他旅游资源的最显著特点，必须要有独特的形象认知和自我风格，不能流于一般或雷同，例如迪士尼乐园、环球影城、乐高世界等，一经提及，人们都会立即在脑海中跳出其独一无二、绝无分店的品牌认知。三是高投入和高风险。由于主题公园都是无中生有的策划创意，是一项庞大的系统工程，需要大量财力、人力和物力投入，经营成本很高，比一般旅游景区建设和管理的投入与维护成本都要高出很多。同时如果定位不准，特色不够，市场不足，很难维持长期的良性经营。四是地域性。主题公园的选址是成功的先决条件，一旦选址不当，不是胎死腹中就是难以为继；一旦选址成功，对其所在地区的旅游发展甚至社会、经济、文化、环境等各方面都会产生巨大的带动效应和持续影响，例如深圳华侨城、广州和珠海长隆、浙江横店影视城、常州恐龙园等等。五是高科技含量。主题公园一般都要依赖日新月异的现代科技手段不断升级改造设施设备，以满足游客不断发展变化、追逐新奇特的旅游体验，创新和创意是主题公园长久生命力的动力源泉。

二、我省主题公园发展情况

经过近 30 年的发展，目前全国主题公园数量已达到了 2500 多家，其中投资在 5000 万元以上的就有 300 家左右。根据省发改委最新统计，江苏目前共有立项主题公园 40 个，其中已建成正常运营项目 22 个，在建项目 6 个，未开工项目 12 个。从项目分布来看，除连云港和泰州外，其他 11 个设区市均有主题公园项目。苏锡常地区主题公园集聚程度较高，占据已运营项目的半壁江山。目前这 40 个主题公园项目中，已有 16 家获评国家 A 级旅游景区。我省的主题公园发展也经历了一段较为曲折的历程。江苏最早建成开业的主题公园是苏州与上海交界的吴江福禄贝尔科幻乐园，在上世纪 90 年代中期号称是东南亚地区首屈一指的建设规模和科技水平，但仅维持两年时间就宣告破产。1997 年建成开放的苏州乐园则正常运营了 20 年，其“迪士尼太远，来苏州乐园”的旅游宣传口号在长三角市场颇为流行，2017 年 10 月因城市建设需要易址新建，计划在 2019 年重新开园。进入 90 年代后期 20 世纪初，依托长三角深厚的经济社会发展基础和庞大旅游消费市场客群支撑，我省主题公园项目迎来了更好的发展机遇，大部分运营情况良好，且发展势头迅猛。其中较具代表性的有央视无锡影视基地三国水浒城、无锡灵山胜境、常州环球恐龙城和常州中国春秋淹城旅游区等 4 家，目前都是国家 5A 级景区，在我省 23 家国家 5A 级景区中知名度也较高。目前全省 190 家国家 4A 级景区中，可列入主题公园类型的有 10 家（南京红山森林动物园、无锡动物园太湖乐园、徐州乐园、常州环球动漫嬉戏谷、常州东方盐湖城道天下景区、苏州张家港暨阳湖生态旅游区、扬州马可波罗花世界、盐城大丰港海洋世界、盐城荷兰花海和宿迁项王故里等），在全省 4A 级景区中占比为 5.8%。另外还有 3A 级景区 2 家，分别是南通探险王国和宿迁克拉嗨谷。根据统计，这 16 家已经评定 A 级景区的主题公园，2017 年共接待游客 3579.15 万人次，占全省 630 家 A 级景区总游客接待量 4.7%；营业收入 31.26 亿元，占全省 A 级景区营业总收入 11.9%；其中门票收入 17.26 亿元，占全省 A 级景区门票收入 26.5%；就业人数超过

业界观察

0.7万人，占全省A级景区就业人数9.8%。6家主题公园景区门票收入在全省2017年度排名中进入前20名，其中恐龙园、灵山和春秋淹城旅游区分列第2至第4位，动漫嬉戏谷排名第6位，三国水浒城排名第12位，东方盐湖城排名第17位。在景区总收入排名中，恐龙园、灵山、春秋淹城、嬉戏谷等4家主题公园景区也进入了前20名，分列第6、7、11和19位。而在全年游客接待量上，这16家主题公园中排名最高的恐龙园也仅排在全省第12位。由此可见，主题公园类景区在我省600多家A级景区中，未必是江苏最能吸引游客的旅游资源，但却是属于经济效益发展较好、商业化程度最高的旅游产品。可以说我省的主题公园类型景区数量虽然不多，在我省4A级以上高等级景区总量（213家）的占比仅为7%，但却是我省旅游景区的重要组成部分之一，对延长游客停留时间、增加游客多元消费、带动当地居民从事旅游业和促进其他旅游产业配套设施发展等方面均有突出贡献。近年来，常州环球恐龙城大力开展品牌输出和管理运营模式推广，在甘肃、河南和湖北等地相继开工建设恐龙主题公园项目；无锡灵山胜境经过多期建设，从观光游览逐步拓展到休闲度假，最新完工的拈花湾禅意小镇吸引国内旅游业界争相学习效仿，整个灵山景区如今已成为无锡新的城市地标和世界佛教论坛永久会址。这些都是我省主题公园建设发展中可在全国宣传推广的优秀案例。

据了解，“十三五”期间我省将迎来主题公园项目建设的高潮。目前我省在建的主题公园项目有南京金牛湖野生动物园、南京浦口龙之谷、南京栖霞华侨城文旅综合体、无锡万达城文旅综合体、无锡长乔海洋王国、苏州乐园森林世界和淮安西游记文化体验园等，已洽谈成功并开展前期工作的有南京世茂梦工厂和六合“地球之窗”主题公园，苏州太仓、南通启东、镇江句容和宿迁骆马湖四地的恒大童世界、南通永嘉航母主题公园、淮安华强方特“复兴之路”文化科技主题公园、“熊出没”主题乐园和雷尼奥游乐园以及宿迁京东博纳影视城等，这些项目投资体量较大，平均投资强度超过900万元/亩，基本上都是数十亿，这批项目建成后将会对我省主题公园格局以及旅游市场发展产生深远影响。

三、我省主题公园类型景区的发展建议

从大众旅游时代发展趋势来看，家庭游、亲子游目前已形成市场主力，怎样解决人民群众对美好旅游生活的向往与我省目前旅游发展不平衡不充分之间的矛盾，也是我省旅游供给侧改革的发展重点。江苏作为东部经济发达省份，景区发展正从单一观光型向休闲度假型转型升级，景区必须拓展餐饮、住宿、娱乐、体验等复合型综合功能，才能满足出游人群多样化的需求。国家发改委等部门根据占地规模、投资规模等因素，将主题公园划分为特大型（总占地面积在2000亩以上或总投资50亿元以上的）、大型（总占地面积在600–2000亩或总投资在15亿–50亿元）和中小型（总占地面积200–600亩或总投资在2亿–15亿元）等三个等级。而特大型主题公园类景区（长隆、欢乐谷、迪士尼、环球影城等）正是目前最受市场热捧的一站式旅游目的地产品。因此，在江苏今后的旅游项目建设中，特大型主题公园，尤其是国内外知名品牌主题公园的发展空间和市场潜力都很大，这也正是我省目前休闲度假类旅游产品项目的短板。我省出台的《十三五旅游业发展规划》中，将主题公园明确为今后丰富我省旅游产品有效供给的专项重要内容之一：“要深入挖掘历史内涵，借助声光电等科技手段，打造不同凡响的主题公园。提升并完善一批主题乐园项目。支持旅游资源匮乏地区引进高附加值的主题公园项目，带动地方旅游发展”。

在热火朝天的投资大潮和建设进度中，我们也要清醒地认识到主题公园作为以人造景观为主的旅游产品项目类型，实际上仅有少部分能依托当地自然景观和历史文化资源进行有机融合，大部分还是无中生有、凭空造景、先天就有投资金额高、开发限制紧、建设项目多、回报周期长、维护成本大、设备更新快、利润增长慢、游客喜新厌旧等不利因素，会影响制约其长远发展。根据最新统计分析，全国70%的主题公园处于亏损状态、20%持平、只有10%实现盈利，有1500亿元人民币资金套牢在主题公园投资之中。

目前我省相当一部分主题公园还存在体量规模偏小，主题特色不鲜明，品牌知名度影响力有限，游乐设施设备品种单一，餐饮住宿和休闲度假功能不足等问题，尤其是缺少地方文化特色、旅游创意和科技创新等，难以对远程客源市场形成有效吸引。特别是在江苏这种旅游资源丰富多样，历史文化底蕴深厚，公共服务配套完善的旅游大省，主题公园类型景区与江南园林、水乡古镇、六朝遗存等优质旅游资源相比，除无锡灵山和常州恐龙园等个别成功案例外，其他主题公园类型景区目前尚无法在国内旅游市场形成知名品牌，对国际游客的吸引力就更为有限。因此无论从企业投入还是政府支持角度，主题公园项目都很难在起步阶段就做大做强，必须要有足够的耐心去进行开发建设和市场培育，最终形成知名旅游IP品牌，并由散点分布的旅游观光景区发展壮大成为连片成面的旅游休闲度假区。

我省的主题公园建设发展虽然在经济基础和客源市场上都有较大优势，但也存在一些不利条件。首先，江苏和上海迪士尼、杭州宋城等国内外知名主题公园距离太近，如果引进的不是迪士尼、环球影城、长隆、华侨城等国内外知名品牌，建设规模又达不到4000–5000亩以上、能形成旅游度假小镇的大项目格局，无法吸引到长三角主要客源市场，而这部分恰恰是目前国内消费能力最高的游客市场群。其次，江苏因为省域面积较小，交通便捷，因此主题公园建设开发不宜遍地开花。各地在主题公园项目建设中，第一要认真调研项目落地后的旅游客源市场是否有保证，根据近程和远程客源市场来考虑建设规模面积和档次水平；第二要充分考虑到引进品牌的知名度和竞争力，是否能保证该项目顺利完成建设和今后可持续发展；第三是要特别注重主题公园类型的特色化和差异化发展，避免同质化竞争，如果各地都做海洋生物馆、野生动物园、人造花海和大型游乐项目，结局一定是分流客源，两败俱伤。第四是要切实发挥对当地其他行业的关联带动效应，例如有效解决当地人口就业，促进当地食住行游购娱等其他旅游业态的发展等。第五是要坚持高规格高起点进行主题公园旅游项目规划，保证建设质量和项目水平，对于房地产企业投资文化旅游项目可以试点，但不宜遍地开花，避免造成同质化恶性竞争。今后省级旅游主管部门对于主题公园申报国家高等级旅游景区也会更为慎重，强调主题公园景区必须突出文化特色和建设品位，必须具备科技创新、生态环保和科普教育等综合性社会功能，至少要经过2–3年经营管理的磨合期，充分形成一定品牌竞争力和市场影响力后，才允许进入我省高等级旅游景区行列。

（作者单位：江苏省旅游局规划发展处）

《江苏旅游》征稿启事

《江苏旅游》是指导我省旅游业发展工作的内部刊物，重点关注旅游业界前沿的理论视野、创新改革和锐意实践，开设“热点聚焦”、“人物专访”（适时刊登）、“工作研究”、“业界观察”、“工作动态”、“项目建设”、“精品推荐”、“他山之石”和“旅游印象　”等栏目。我们期待社会各界和旅游业界朋友的关心与支持，更加期冀业界同仁踊跃赐稿。所有来稿一经采用，我们将会及时奉上样刊和稿酬。来稿时请注明通联方式（包括 ：姓名、电话、工作单位及寄送地址），同时本刊部分摘编文章因无法确知作者及联系方式，也恳请作者见刊后及时和我们联系，以便及时寄付稿酬。谢谢！

我们的联系方式是：

电话：（025）83421198

邮箱：jslytx@126.com

编辑部



海州湾黄金海岸旅游发展战略构想

张振克

一、海州湾开发现状和国内外滨海旅游动态

海州湾拥有江苏独有的砂质海岸，砂质海岸线长近30公里，潮间带宽度超过1公里，水下岸坡平缓，发展滨海旅游条件得天独厚，素有“江苏北戴河”、“江苏黄金海岸”之美誉。然而从十多年的开发实践来看，海州湾黄金海岸旅游开发虽然在前期投入、规划建设和开发中取得了从无到有的巨大的成绩，但与海州湾特别是赣榆社会经济快速发展的要求和远景规划还不相适应，滨海旅游发展还存在很多制约因素，滨海旅游的发展现状还不令人满意。游客稀少、海滩质量不高且吸引力不大等问题，其背后的原因值得深入的思考和探讨。

在江苏沿海大开发背景下，加快海州湾黄金海岸旅游发展具有深远的战略意义，将极大地推动海州湾沿岸社会经济的全面持续发展。

欧美国家十分重视滨海旅游的发展，世界旅游经济最发达的国家和城市都和滨海旅游联系在一起，如美国、西班牙、意大利等。海滩是滨海旅游赖以生存和发展的基础，对海滩的保护和养护国外发达国家进行了半个多世纪的实践，积累了大量可供借鉴的经验。美国最近十多年来一直把滨海旅游作为一个经济支柱来经营，并称之为“海滩经济”(beach economy)。在美国，每年到海滩旅游的总人数比到国家公园、休闲地、公共地旅游的人数要多很多，大量的游客汇集海滩是美国很多海岸的一大景观。目前，滨海旅游已经成为美国最大的产业，是增加就业、税收和外汇的主要来源。

《世界旅游经济趋势报告(2017)》正式发布。报告显示，2016年全球旅游总人次和旅游总收入保持相对较高增速，成为全球经济复苏的重要动力。同时，报告还显示，2016年全球旅游总人次首次突破百亿，达105亿人次，较上年增长4.8%，为全球人口规模的1.4倍；全球旅游总收入达5.17万亿美元，较上年增长3.6%，相当于全球GDP的7.0%。

根据世界旅行与旅游理事会（WTTC）与英国牛津大学22日最新发布的2017年度全球旅游经济影响研究显示：2017年，全球旅游业增速为4.6%，其增速超过制造业（4.2%）、零售业和批发业（3.4%）、农业、林业和渔业（2.6%）和金融服务业（2.5%），旅游业已连续第7年超过全球经济增速，成为全球增长最快的行业经济体。据WTTC预测，未来10年，预计全球旅游业平均增长为3.8%，直接或者间接贡献约25%的就业机会。而中国和印度将创造超过三分之一的绝对GDP增长和近一半的就业增长。到2028年，全球范围内支持4亿多个就业岗位，相当于世界上9个工作岗位中就有1个来自旅游业，旅游业成为世界最大的产业。

旅游业是美国最大的产业、最大的就业部门和最大的外汇来源部门，而其中海滩旅游在美国旅游业中占据重要地位。2001年，在GDP构成中，美国旅游业的比重为11.6%，达到1.2万亿美元，并为美国各级政府财政提供了2239亿美元的年度税收。旅游业雇员总数2001年达到1690万，而美国最著名的企业IBM、通用汽车和英特尔公司的雇员1880万，更重要的是2001–2011年期间美国新增加的就业岗位有95%来自服务业，其中大部分与旅游业相关。

海滩是美国重要的旅游资源和主要的旅游目的地，夏季有75%的旅游者选择海滩作为旅游的目的地。美国每年有1.8亿人到海滩、海湾和内陆湖滨沙滩（五大湖地区）旅游，美国加利弗尼亚国家海滩只有该州公园数量的2.7%，但却接纳了72%的观光者。2000年佛罗里达州接待了7100万名游客，其中2300万游客将海滩作为旅游的第一个目的地；旅游业提供了442000个就业岗位，消费税收高达7亿美元。2000年佛罗里达海滩游客直接开支高达219亿元，间接开支197亿美元，总的开支高达416亿美元。

支撑美国滨海旅游业发展的是大量的实施人工海滩工程，也称海滩养护工程。为了防止海岸侵蚀，营造良好的滨海沙滩旅游环境，20世纪美国海滩养护工程广泛地得到应用。在美国的东海岸，从纽约的长岛到弗罗里达州的渔民岛漫长的海岸线上，最早的海滩养护可以追溯到1923年；截止到1996年，美国东海岸有154处海岸进行过长期的人工海滩养护，至少有573项海滩养护工程在上述154处海岸实施。大规模的海滩养护工程不仅保护了美国东部海岸免受海岸侵蚀，降低了大西洋飓风带来的海岸带风暴潮灾害，而且在改善美国东部海岸环境、发展旅游业方面发挥巨大的作用。在大西洋沿岸、西南部太平洋沿岸（加利福尼亚）、墨西哥湾沿岸以及五大湖沿岸实施了规模堪称世界第一的海滩养护工程，带来了巨大的海滩经济效益。

进入新的世纪中国海洋经济强劲崛起，2008年中国海洋经济统计公报显示，滨海旅游业在我国海洋经济构成中已经名列前茅，2007年滨海旅游业在全国海洋产业增加值构成中占31.08%，在主要产业构成中名列第二，仅次于海洋交通运输业不到2个百分点。2009–2017年以来，中国滨海旅游业一直是海洋产业结构中的领跑行业。

二、海州湾旅游开发与规划中存在的关键问题

根据多年在连云港海州湾地区特别是海头镇附近“江苏北戴河旅游区”的实地调研，结合国内外滨海旅游的经验，我们认为海州湾沿岸开发中制约滨海旅游发展的关键问题主要有以下几个方面：

（一）滨海旅游规划建设对科学问题的认识不足

海州湾前期规划、开发建设中特别是旅游规划，对旅游的资源基础的研究深度不够，直接的原因是项目规划设计者缺乏对旅游资源基础的科学认识和了解，从感性出发做规划设计，没有很好进行理性的科学分析和探讨，因此，在前期“江苏北戴河”建设的基础上，“江苏北戴河景区”并没有给海州湾的滨海旅游带来强烈的拉动作用。国内外滨海旅游快速发展的经验告诉我们，海滩是滨海旅游发展的基础，对现有海滩旅游的适宜性没有人做过深入的探讨。什么样的海滩最能吸引游客？如何提高海滩的旅游吸引力？海州湾要打造什么样的海滩？前期的海州湾规划方案、工程建设都没有对这些问题给予重视和回答。

（二）海岸侵蚀、海堤工程影响下高潮滩以上滩面狭窄或者缺失

二十世纪八十年代中期，国际著名的海岸侵蚀专家指出，世界 70% 的砂质海岸存在侵蚀现象，平均的后退速度达 1 — 2 m/a。海州湾的砂质海岸也不例外。从“江苏北戴河”旅游区向北，野外可以看到 50 — 60 年代修建的军事岸防工事已经在大堤靠海一侧的海滩上，不同程度的受到破坏，是海州湾海岸侵蚀的明显证据。为了防御风暴潮灾害，在海州湾沿岸修建了长达数十公里的滨海大堤，滨海大堤的坡底在高潮线附近，对海岸的泥沙搬运和自然海滩的塑造造成了巨大的影响。在国外的砂质海岸，非城市岸段已经很少用工程措施来防护海岸，而是采用人工养护海滩的办法来处理，在国外普遍被接受的是“软”（soft）工程（海滩养护），而不是“硬”(hard) 工程（海堤）。由于海岸侵蚀和人工海堤的建设，导致海滩高潮线以上沙滩不能持续增长，目前“江苏北戴河”景区高潮线以上的海滩狭窄或者缺失。对依托海滩资源的滨海旅游发展带来巨大的影响，“江苏北戴河”旅游景区给偶尔光顾的游客留下徒有虚名的感觉，海滩的吸引力不足，极大地影响了海州湾滨海旅游的发展。

（三）海滩浮泥多，在潮汐波浪作用下悬浮造成近岸水域浊度大，影响海滩旅游。在长期的海岸变迁进程中，河流泥沙供给充裕，在偏东南风的影响下，从废黄河口一直向北漂移的泥沙可以到达海州湾。同时，海州湾沿岸入海河流众多，每年有数百万吨的泥沙进入海州湾。海州湾附近海域水下浮泥多，浮泥在潮间带的厚度从数厘米增加到数十厘米，从潮间带一直延伸到海湾的中心区域，在波浪和潮汐的影响下，近岸水域悬浮泥沙造成水体浊度增大，与游客理想的“碧海蓝天”的滨海景观相差甚远，滨海旅游的视觉效果很差。浮泥和浊度问题是影响海州湾滨海沙滩旅游的又一大自然制约因素。

（四）对海州湾滨海旅游资源开发的重视程度不够

海州湾作为连云港市拥有的黄金海岸，岸线漫长，长期以来连云港与旅游相关的基础设施建设的重点在连岛和云台山风景区。连云港在沿海开发战略中提出了一体两翼的港口经济发展规划，港口建设、临港产业、滨海新城和海洋交通运输占据规划建设主导地位。由于近海海域渔业资源丰富，海洋捕捞和养殖具有投入少、见效快的特点，捕捞和水产品养殖成为连云港海洋经济工作的重心；盐业和盐化工产业的利润丰厚，多年来平稳发展，在国内也具有重要的地位。对滨海旅游的开发重视程度明显不够，没有从根本上转变意识，把滨海旅游当作新型产业来有效地组织开发、经营和管理，财政投入更是稀少。海州湾滨海旅游资源的开发长期以来没有纳入连云港旅游开发的建设重点，严重制约了发展。

（五）交通和旅游基础设施条件的制约

长期以来，游客进入海州湾沿岸的主要通道要绕行赣榆县城再转到海头，从连云港市区到海州湾“江苏北戴河”旅游景区需要较长的路程。由于滩涂面积广大，海州湾沿岸大面积盐田、养鱼虾池塘分割了外地游客进入海岸的通道。尽管连云港滨海新城到赣榆新城的快速通道已经建成，但配套设施和海滩旅游基础设施落后，海州湾滨海旅游的影响力不够，本来应该成为旅游线路的交通干线，处于极度不饱和状态。近期，江苏沿海高等级公路向海州湾延伸，弥补了上述不足，但海滩资源的种种不足，影响了海州湾黄金海岸的深度高水平开发。

三、海州湾黄金海岸开发战略构想

在前期调查和研究的基础上，我们提出如下海州湾黄金海岸开发的战略构想：

第一、依靠科学的方法和海滩养护工程，解决海州湾浮泥多和海滩结构不合理的问题，采取科学的方法，妥善处理滨海旅游与海堤工程的矛盾；通过 2–3 年的努力，打造 10~20 公里的连云港“海州湾黄金海岸”，使得海州湾成为名副其实的“江苏北戴河”。做好规划设计、力争财政公益项目用海申请，沿岸配套设施建设、实施海滩养护工程，塑造理想海滩剖面。海州湾沿岸陆域 300–500 米范围内禁止新上建设项目，为统一规划建设做好准备。

第二、发挥政府的主导作用，成立海州湾旅游度假区管委会，做好组织和实施海岸和海滩整治工程的投入，与回报相比，投入产出非常理想，在规划基础上可以做进一步的核算。初步估算的经济回报：海州湾旅游地成熟之后，若按照每年 500 万人到海州湾旅游，按照人均滞留 2 天、人均消费（住房和餐饮）2000 元计算，则当地年收入可以达到 200 亿元。建议海州湾海滩旅游地不要收门票，持续发展前景可观。目前，连云港适合海滩旅游的地方仅剩连岛，很多游客选择绕道连云港去日照度假旅游（没有海滩门票）。没有海州湾旅游的兴起，连云港滨海旅游的发展始终是一个极大的缺憾。海州湾是大自然赐予江苏少有的天然砂质海岸，也是江苏的一大宝贵资源，自然禀赋的优势一定要尽快发挥出来。

（作者系南京大学海岸海洋科学系海岸与海岛开发教育部重点实验室教授、博导）





镇江旅游市场营销工作的几点思考

刘祖平

随着旅游产业规模的扩张和市场竞争的加剧，旅游市场营销工作的重要性愈加凸显。如何做好旅游市场营销工作，是摆在每个旅游市场营销从业者面前的重要课题。笔者认为做好旅游市场营销工作，需要处理好以下六种关系：

第一、要处理好旅游形象宣传与旅游产品推介的关系

旅游形象宣传是指一个地区、一个城市旅游整体形象的对外宣传，其目的是让受众、游客知晓该地区、该城市的旅游资源、旅游特色，唤醒受众“到此一游”的欲望。旅游产品推介是指具体的旅游景区、旅游线路推介，其目的是让游客了解“到此一游”的游程概况和可以享受的优惠及服务。旅游形象宣传和旅游产品推介这种既有联系又有区别的特征，决定了相关主体在具体工作中的分工。一般来说，作为旅游主管部门，旅游形象宣传是其重要职责之一，主要是通过多种媒介展示本地特色的旅游资源，提升本地旅游的知名度和影响力，辅之以展示经典的旅游线路；作为旅游景区，其营销的工作重点是推介本景区旅游资源的特点，吸引游客到本景区旅游；作为旅行社尤其是地接社，主要通过推介旅游线路，将景区、酒店、交通等打包形成旅游产品提供给游客。

第二、要处理好宣传老产品与推介新产品的关系

旅游老产品既包括传统的旅游观光产品，也包括经营多年的休闲娱乐参与性旅游产品。旅游新产品主要是指新近开发打造且不为多数人熟知的旅游产品。就镇江而言，金山、焦山、北固山、西津渡、南山、茅山、宝华山、季子庙等应该属于传统的旅游产品。而依托于传统景区所开发的金山湖、圌山温泉度假区、千华古村、赤山湖等以及众多的小众景区和乡村旅游区可归为旅游新产品。对于大多数第一次到镇江游玩的外地游客来说，来镇江的主要目的景区仍是传统知名景区；对于本地和周边城市游客来说，镇江旅游新产品可能成为首选。因此，在做旅游产品推介时，应区分不同的区域、受众和游客，有选择性地突出重点。而现阶段在做旅游形象宣传时，则仍应以镇江知名景区、经典线路为主，辅之以有影响力、号召力的旅游新产品。

第三、要处理好周边市场与中远程市场的关系

周边旅游市场，一般是指本市及周边城市旅游市场，其半径为距离本市 300 公里以内。中程旅游市场，一般是指距离本市 300–500 公里。远程旅游市场，一般是指距离本市超过 500 公里。旅游大数据显示，镇江旅游主要客源地大多都在周边（含本市）旅游市场，占比超过 65%，是镇江旅游的核心市场。因此，在现阶段旅游市场营销工作中，应将较多的人、物、财力放在周边旅游市场这一区域，且以旅游产品推介为主。对于中远程旅游市场而言，应着重关注以鲁、晋、冀、蒙、辽、京、津为主的环渤海地区和以闽、赣、桂、琼、湘、川、云、黔、粤为主的泛珠三角地区，旅游市场营销以旅游形象宣传为主，以旅游产品推介为辅。就区域而言，镇江旅游营销工作重点方向应是：立足包括本市在内的周边旅游市场，主攻中程旅游市场，拓展远程旅游市场。

第四、要处理好境内市场与境外市场的关系

境内旅游市场，是指在中华人民共和国领域内，除香港特别行政区、澳门特别行政区以及台湾地区之外的旅游市场。境外旅游市场，是指境内旅游市场以外的旅游市场。目前，我市旅游的境外客源市场主要是香港、澳门、台湾、东亚、南亚、北美、西欧等。作为中国历史文化名城、中国优秀旅游城市、长三角地区重要的对外开放城市，镇江在做好境内旅游市场营销的同时，应积极主动开拓境外旅游市场。一要深耕港澳台旅游客源市场。借助商务、灯会、美食、修学、会展等平台开展旅游交流，鼓励民间组织团体开展旅游互动，指导各类媒体开展旅游合作。二要巩固东亚南亚传统市场。发挥镇江国际友城、江苏境外旅游推广中心等平台作用，巩固旅游市场。三要开拓“一带一路”沿线市场。在“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”战略指引下，发展与沿线国家地区旅游交流合作，拓展旅游市场。

第五、要处理好自助游与参团游的关系

通过参加旅行社组织的旅游是传统的出游方式。随着大众旅游时代的到来，自助游已成为重要的旅游方式，游客自己设计路线，自己安排旅途中的一切，旅游中所涉及的吃、住、行、游、购、娱，所有事情全由自己搞定，这是一种有别于旅行社设计旅游线路或行程提供给旅游者的旅游。因此，在旅游市场营销中，这两种不同的游客主要出游方式决定了旅游宣传推介不同的侧重点。对于自由行、互助游、自驾游等在内的自助游而言，旅游宣传推介推送的重点对象为年轻人；宣传推介的重点在于通过网络等媒介讲清楚本景区有别于其他景区的亮点，抵达景区的便捷方式（交通工具、路线），周边住宿、用餐、停车、购物情况（景区可与相关经营者签约打包），安全提醒，讲解服务等。对于参团游而言，旅游宣传推介推送的重点对象为客源地旅行社（组团社）；宣传推介的重点应是：通过与组团社座谈、交流、商洽，讲清楚景区特色、政府奖补政策、优惠措施等。

第六、要处理好传统营销方式与创意营销方式的关系

传统旅游营销方式，主要是指通过参加旅游产品交易会博览会、召开由旅行社、媒体记者参加的旅游产品推介会说明会、在人群密集区组织咨询散发资料、举办旅游节庆活动等形式宣传推介旅游产品。而创意营销方式，则是将创意思维运用于旅游节庆策划、宣传推介的全过程。不可否认，传统旅游营销方式为旅游产业的发展作出过重大贡献，并将继续为产业发展发挥作用。但旅游业的面广、线长，受众、游客需求的多样性，现代传媒平台的多元化，决定了必须将现代营销方式、创意营销方式与传统营销方式融合在一起，创建多管齐下、相辅相成的旅游营销新模式。一要重视大数据，细分旅游市场，实现精准营销；二要关注新载体，综合运用平面、户外、电视、网络等平台，实现形象宣传、产品推介并举；三要善用“+ 旅游”，充分利用本地及相关部门主办的大型活动，加入旅游元素，宣传旅游形象，推介旅游产品，市场化组织嘉宾旅游；四要积极推行“区域联动、部门联合、企业联手”的营销战略，对旅游重点项目产品实施联手营销，推动旅游经济发展；五要开发精美的旅游纪念品，将旅游纪念品作为旅游宣传推介的重要载体，铭刻本地区或重要景区旅游特色元素，擦亮旅游纪念品这一城市名片。

（作者系镇江市旅游发展委员会调研员）

南京休闲农业非假日经济发展现状、问题及对策建议

崔峰　刁兵

近年来，随着新农村建设和城乡一体化进程的加快，休闲农业发展势头迅猛，呈现出发展加快、布局优化、质量提升、领域拓展的良好态势。然而，在休闲农业总体发展形势良好的背景下，假日经济和非假日经济的不平衡性成为困扰休闲农业健康可持续发展的“痛点”和“挥之不去的阴影”。

一、休闲农业非假日经济问题的提出

假日经济是指人们利用节假日集中购物、集中消费的行为，带动供给、带动市场、带动经济发展的一种系统经济模式。假日经济具有的空间特征是流动与聚合，包括人流、物流和资金流，其最显著的表现是在周末或法定节假日等较短的特定时间内集中了大量客流，而在非周末或非法定节假日等较长的时间内又无法吸纳足够的客流。假日经济看似热闹但难以使游客产生真正的幸福感，汹涌的游客潮蔚为壮观，以假日短期高密度消费，即便拉动短期收益，但从长期看，并不利于旅游地生态均衡与经济可持续发展，没有带来多赢的结果。假日经济在内需不足的情况下，是为了拉动内需的权宜之计。当前，我国已经进入大众消费时代，打破假日经济与非假日经济的界限和不平衡性，提出并解决非假日经济问题，发展休闲经济与休闲产业成为必然。

休闲农业是指以农业为基础、以农民为主体、以农村为场所，贯穿农村一、二、三产业，融生产、生活、生态和文化功能于一体的一种新型产业形态和消费业态。发展休闲农业，将农村打造成人们休闲的主阵地，引导人们到广阔的乡村去，把人们从假日经济的拥堵与粗放消费中解脱出来，使休闲农业耦合于文体娱乐、旅游度假等，提高休闲农业竞争力和附加值，发展休闲农业非假日经济，促进一、二、三产业的融合，从而成就一系列农业休闲娱乐、旅游度假和文化创意产业，所以直面休闲农业非假日经济问题与原因，提出如何通过政府有效的引导和合理的制度安排、企业的产品创新和市场运作、行业部门间的协同合作等途径，进一步提升各类休闲旅游者的出游效用，提高休闲农业企业的经营效益和运行效率，促进社会和谐发展，具有十分重要的现实意义。

二、南京休闲农业非假日经济发展现状、存在问题及原因

近年，南京凭借丰富的农业资源基础、独特的区位优势、深厚的历史文化底蕴、良好的政策环境，休闲农业不断快速发展。据南京市农委统计，2016 年南京休闲农业实现综合收入 50 亿元，接待游客超过 1800 万人次，休闲农业已成为南京都市现代农业发展的重要组成部分，对促进农民增收、丰富市民休闲生活起到了十分重要的作用。目前，全市已有较大规模的休闲农业景点（区）500 多个，先后涌现出江宁“金花村”、高淳国际慢城、浦口“八颗珍珠”等一批休闲农业典型；连续成功举办了十二届“中国·南京农业嘉年华”；江宁、高淳、溧水成功创建全国休闲农业与乡村旅游示范区；全市获得省部级以上荣誉的休闲农业景点近 30 个；全国休闲农业经验交流会连续两年在南京召开。

当然，不可回避的是，南京休闲农业假日经济和非假日经济的矛盾非常突出。游客一周内出游的高峰时间在周末，一年中出游的高峰时间在法定节假日，由此造成周末和法定节假日不少休闲农业企业游客盈门甚至人满为患，而在非周末和非法定节假日不少休闲农业企业又“门前冷落鞍马稀”。如溧水某现代农业园，双休日的游客量可达 4000~5000 人 / 天，但在工作日则几乎无人问津。这种情况给休闲农业企业经营带来的直接影响就是“两天打仗，五天休养”：忙的时候一团糟，空间局促、人员紧张，无法为游客提供细致周到的服务，甚至无暇顾及游客的体验；空的时候设施设备又大量闲置、浪费，工作人员无所事事，企业经营成本加大。这种不平衡性，尽管主要以游客数量、游客花费、交通、就业等关键因素的波动直接体现出来，实则会造成农业休闲旅游需求和供给的双重波动，如此恶性循环，最终结果是不少休闲农业企业既无法保证假日期间的接待，也无法维持平日的服务，企业经营效率低下、经营收入较低、亏本赚吆喝的现象明显，企业生存和发展举步维艰，不利于休闲农业的健康发展。

造成上述问题的原因，除与所在区域农业资源条件、游客出游习惯和时间安排有关外，主要在于：①政府的引导扶持作用有待有效发挥。上级财政专项资金引导扶持的休闲农业重点项目较少；对涉及休闲农业的政策法规（如税收、用地、贷款、工商管理、食品卫生、安全保障等）配套仍不健全；缺乏休闲农业企业与相关行业部门、消费者对接的系统性政策支持。②企业客源市场定位不准。不注重细分市场的研究，东施效颦、“眉毛胡子一把抓”，亦步亦趋，缺少对市场需求及其变化的关注，目标消费人群过于分散，适销对路的项目和产品较少。③产业融合度不高。休闲农业收入主要来自餐饮和门票，住宿和体验等活动收入占比明显偏低。从产业链纵深方向的发展来看，休闲农业与工、商、贸、服务等其他产业的融合程度明显不足，农业产业链条较短，精深加工、高附加值产品较少。④休闲项目产品丰度不够、类型单一。不少休闲农业园仍以“大路货”式的粗放发展为主，大多停留在观光、采摘、垂钓、餐饮等初级或低水平活动形式上，服务项目单一、雷同，深度和创意开发不够，“农”味不足，参与性不强，很难体现乡村田园生活的乐趣和休闲氛围，没有形成自己的品牌和特色，尤其是叫得响的名园、名品、名项目较少，对游客的吸引力较弱。⑤部门—行业—企业间的协作不够。休闲农业企业与相关部门及行业的沟通、联动不多，各自为阵，尚未建立起有效的协作平台和机制。⑥服务质量亟待进一步提升。从事休闲农业经营管理和服务的人员，大多仍是原来从事农业生产和管理、农产品加工和销售的农民或个体工商户，未曾接受过专业、系统的培训，缺乏相应管理经验和服务技能，整体素质偏低，服务意识、服务态度较差，与游客的需求仍有一定距离。

三、南京休闲农业非假日经济发展的对策建议

结合休闲农业的产业特点及南京休闲农业发展的实际情况，为进一步促进南京休闲农业非假日经济发展，本着政府引导、企业运作、消费者买单的思路，多管齐下，多方发力，提出如下建议：

（一）切实发挥政府的引导和扶持作用，用好休闲农业发展的政策红利

1. 出台“以奖代补”及金融信贷等优惠政策

地方财政应每年统筹安排一定资金，通过以奖代补方式，支持休闲农业企业参与各级各类的创建活动，打造一批知名度高、运作和管理规范的休闲农业示范点与精品点；将休闲农业纳入市区国民经济和社会发展规划，将休闲农业基础设施建设纳入市区总体建设规划，将休闲农业涉及的土地整理项目列入土地复垦整治范围，并享受相关扶持政策。给予休闲农业项目税费优惠，经工商注册的休闲农业企业，免征属于登记类、证照类的各项行政事业性收费，并落实促进就业收费减免政策。对工商新登记的休闲农业企业，工商、税务、卫生、消防等部门免收办证费用。休闲农业企业用于宣传促销的费用纳入企业经营成本，自产自销农产品、休闲农产品、创意产品免征税费。同时，鼓励金融机构为休闲农业发展提供信贷支持，适当加大信贷投放力度，适度降低贷款准入门槛，通过大额农户贷款、生产经营贷款和流动资金贷款等形式，扶持休闲农业企业的发展。对获得市级及以上休闲农业示范点的项目，金融机构要优先予以信贷支持，各级财政给予一定额度的贴息扶持。

2. 推出专题旅游线路，开通点对点直通车

针对休闲农业非假日期间的主要客源为老年人、全职妈妈与孩童的特点，可考虑量身定制与开发“老年游精品线路”和“亲子游主题线路”，在此基础上，积极创造条件，加强与市农委、市旅委、南京旅游集散中心、

市公交公司、旅行社、社区服务中心等部门的合作，多方推动，开通点对点的直通车，并不断创新合作方式和盈利模式（由做“项目”转向做“平台”，打造区域性闭环旅游平台，进而产生各类边际效益），力争直通车常态化运营，以此拉动休闲农业非假日消费市场。

3. 将休闲农业纳入政府采购系统

扩大市区级单位会议、培训定点选择范围，试点将休闲农业园区纳入市区部门会议、培训定点单位，鼓励市区采购单位将会议、培训安排在符合要求的休闲农业园区举办，旨在更好地发挥政府采购促进休闲农业企业发展的政策功能，进一步支持休闲农业的发展。为严肃财经纪律，有效防范各种违规、违约现象，须出台有关规定，要求定点休闲农业企业不得乱收费、随意增加收费项目或变相提高会议场租、餐饮及其他服务的价格标准，不得以各种理由拖延、推迟接待或无故拒接采购单位的会议、培训，不得为采购单位虚报参会（训）人数、开会（班）次数或者为虚列会议、培训费用提供便利。否则，一经查实将取消其定点资格，并按照供应商注册及诚信管理等有关规定，记入不良行为记录或列入供应商“黑名单”，情节严重的予以公开曝光，并将履约和诚信情况作为下一期定点采购的重要参考依据。

4. 向市民发行“旅游惠民卡”

为增加休闲农业景区在非周末和非法定节假日的客源，有效解决非假日期间休闲农业景区吃不饱、市民游不起的问题，应适时向市民推出并发放覆盖全市主要休闲农业景区的“旅游惠民卡”。市民除可办理实体卡外，还可利用微信在线办理虚拟卡。“旅游惠民卡”应具备电子凭证、信息记录和查询等功能，不仅可用来订票还能用来刷卡检票，并享受门票减免或优惠待遇，同时具备市民日常生活服务功能，如水电气费缴纳等。

（二）大力提升企业的市场化运作水平，彰显休闲农业的特色和品质

首先，做好“消费导向”大文章，关注社会人口结构的变化及其对休闲农业需求的影响，深入研究不同类型、不同年龄人群特别是银发族（老年人）、时尚族（自由职业者）、全职妈妈、亲子一族的消费行为、消费方式、消费结构的差异。其次，结合休闲农业园区自身特点，针对非假日游客消费群体，重点打造养老、亲子、婚庆、素拓、研学、团建、会议、节事等特色化、细分化、定制化、针对性的休闲项目、活动和产品，力争形成“一区一品”、“一园区一特色”。第三，把文化创意作为新的生产要素嵌入休闲农业，大力加强三产融合和延长产业链，发展网络营销、在线租赁托管、食品短链、社区支持农业、电子商务、体验经济等多业态融合发展方式，不断催生农业新产业。通过创意开发、文化提升，发挥农业的多功能性，提高农业加工、服务及文化附加值，培育一批创意休闲农业品牌（如溧水普朗克的家庭盆栽蔬菜、华师傅玫瑰创意伴手礼等）。第四，确保农产品生产品质，积极推进以无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志为核心的“三品一标”工作，一方面满足休闲农业消费者对优质产品的需要，另一方面则为生产者提高了收益。第五，努力提升管理与服务水平，为游客营造舒适、整洁、卫生、温馨的环境，不断扩大客源和吸引回头客。

（三）有效构建资源—信息—客源共享渠道，打造休闲农业发展利益共同体和跨界合作平台

为有效规避节假日时间由于游客过多带来的农业园区旅游接待“疲于应付”的状况，而在非假日时间由于游客过少造成的农业园区设施、人员闲置和浪费的局面，可通过以下方式推动建立共享机制，实现有效的跨界合作平台。第一，采取股份合作制、合作制、股份制等多种组织形式，通过产权明晰、利益直接、风险共担、机制灵活的制度安排，抱团取暖，打造休闲农业企业利益共同体和命运共同体。第二，加强各大旅行社、休闲观光农业协会、老年服务中心、户外（单车骑行、自驾游等）俱乐部、市农委、民委、旅委、教委、公交公司、市旅游集散中心、长客集团、媒体广告商之间的合作，优势互补，共同组织客源，利益共享，有效提高休闲农业企业非假日期间的集客能力，促进休闲农业非假日经济的可持续发展。

（作者单位：南京农业大学人文与社会发展学院、南京市农业委员会农业服务业处）

文化和旅游部召开干部大会

3月20日，文化和旅游部干部大会在京召开。中央组织部副部长周祖翼，中央宣传部常务副部长、中央政策研究室副主任王晓晖，文化和旅游部党组书记、部长雒树刚，党组副书记、副部长李金早出席会议并讲话。文化和旅游部领导班子成员李群、项兆伦、单霁翔、刘玉珠、迟耀云、张旭、杜江、李世宏、王晓峰、于群、魏洪涛出席会议。

周祖翼宣布了中央关于文化和旅游部领导班子任命的决定，并就落实好中央决策部署作了重要讲话。王晓晖对进一步加强文化和旅游部各项建设提出了明确要求。

雒树刚强调，文化和旅游部系统广大干部职工要切实把思想和行动统一到中央决策部署上来。要旗帜鲜明讲政治，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届二中、三中全会精神，贯彻全国两会精神，牢固树立“四个意识”，坚定“四个自信”，坚决维护习近平总书记在党中央、在全党的核心地位，坚决维护以习近平同志为核心的党中央的权威和集中统一领导，坚决落实好中央关于组建文化和旅游部的决策部署。要敢于担当，抓紧制定“三定”方案，建立工作机制，排出时间表、任务书、路线图，做好工作衔接，不折不扣抓好机构改革任务落实，确保机构职能按要求调整到位。要强化团结协作，树立文化、旅游“一盘棋”的观念，以机构改革为契机，着力建设人民满意的服务型政府，按照简政放权、放管结合、优化服务的要求，以提升部门整体效能为目标，大力推动职能转变，着力优化内部机构设置和职能配置。要做实做细干部配备工作，加强宣传引导和解释教育，确保思想不乱、工作不断、队伍不散、干劲不减，努力营造团结一致、干事创业的良好氛围。要全面加强党的建设，严格落实全面从严治党主体责任和监督责任，坚决落实中央八项规定及其实施细则精神，推动全面从严治党向基层延伸，持续加强作风建设，以党的建设新成效开创文化和旅游工作新局面。

李金早在讲话中表示，要充分认识中央关于深化党和国家机构改革的重大意义，自觉站在党和国家事业全局高度，切实增强深化机构改革的责任感使命感，坚决落实好中央关于组建文化和旅游部的决策部署。要服从大局，维护团结，敢于担当，当好改革的促进者，确保机构改革和业务工作两不误、两促进。

（信息摘自中华人民共和国文化和旅游部网站）

省旅游局钱国超局长一行到徐州调研旅游业发展



3月16日，省旅游局局长钱国超一行来到徐州，对徐州旅游业发展情况进行专题调研，徐州市领导李燕陪同调研。

调研中，钱国超实地考察了贾汪全域旅游服务中心、紫海蓝山、大洞山景区、潘安湖景区、马庄村香包基地和淮海纪念塔等地，并现场听取了贾汪区关于全域旅游推进工作，风情小镇建设等相关情况的介绍。钱国超对徐州全域旅游发展情况给予充分肯定，认为徐州旅游发展目标正确，旅游招商力度大、旅游新业态丰富，旅游宣传营销方式创新，旅游发展成效明显。同时，希望徐州要充分利用习近平总书记来徐州视察的契机，抓住机遇，加大营销力度，提高影响力，加大产品创新，不断延伸旅游产业链。

（徐州市旅游局）

国家旅游局来苏调研全域旅游工作



3月12日，国家旅游局《全域旅游示范区创建工作导则实施细则》课题调研工作组一行7人抵达苏州，调研全域旅游推进情况。

苏州作为全域旅游示范区创建单位，近年来，在全域旅游推进上致力打造成为生活体验型全域旅游目的地，使城市拥有可触摸的生活、可分享的文明，成为一座有温度的城市。不搞大面积拆迁，在保护的基础上更新利用古城古镇，不割裂城市的产业区和生活区，在现代城区开发中，注重打造市民和游客的共享空间。

此次国家旅游局调研组在苏州先后考察了工业园区金鸡湖景区，调研夜间旅游、商务旅游项目，以及诚品生活苏州项目。调研组对苏州全域旅游建设进展情况给予肯定。苏州也借此机会，与专家组就如何创新思路、推动全域旅游发展进行交流探讨，下一步将不断创新产品孵化和优质产品的发现，力争三年内开发28个旅游创新产品，不断提升全域旅游发展水平。

调研组一行于3月13日赴吴江考察旅游咨询中心服务中心等公共服务设施，以及吴江震泽古镇产业融合、乡村旅游工作。

（苏州市旅游局）

省委常委、市委书记张敬华调研南京旅游集团

3月19日上午，省委常委、市委书记张敬华调研南京旅游集团。

调研中，张敬华先后来到幕府山矿坑改造现场、五马渡广场、熙南里街区考察，并召开座谈会听取工作汇报，对南京旅游集团组建以来通过大项目拉动、大企业带动、大整合联动，实现跨越式发展的思路和做法予以肯定。

张敬华说，南京旅游资源丰富，但对标先进城市，旅游产业发展还存在较大差距。旅游集团要充分发挥市属产业集团的骨干带动作用，进一步增强加快改革发展的责任感紧迫感，全面开展对标找差，强化市场思维，适应市场需求，扩大市场份额，着力解决资产层面的综合效率偏低、业务层面的主业竞争力偏弱、队伍层面的专业人才偏少等问题。要完善企业发展规划，紧扣集团总体定位，突出旅游资源开发运营、酒店及会展商业、旅游产业投资等主业，抓好产业链布局。要进一步推进资产划转和资源整合，综合采用股权合作、收购兼并、资产证券化等手段，更好地把各类资源统起来串起来用起来。要主动适应“互联网+旅游”发展趋势，加快建设在线旅游平台，实现线上线下有机融合，以模式创新推动发展提速。要聚焦“一山两水一城墙”，既着眼长远又抓好当前，既展开布局又突出重点，加大项目开发和运营力度，确保不断取得阶段性成效。要加大对外宣传力度，结合重要时间节点策划品牌文化旅游活动，讲好“南京故事”、扩大“南京影响”。要深化多层次的开放合作，在推进集团内部融合的同时，密切与国内外大型知名旅游企业、资本机构的合作，共同推进旅游资源开发。

张敬华强调，坚持党的领导、加强党的建设是国有企业的“根”和“魂”。旅游集团党委要牢牢把握党建强、发展强的“双强”目标，充分发挥集团党委的领导核心作用，不断完善企业党建工作制度，重视加强基层党组织建设和党员日常教育管理，为集团持续快速健康发展提供坚强政治保证。

（南京市旅游发展委员会）

省人大常委会副主任、泰州市委书记曲福田督查文化旅游重点工程和旅游节筹备工作

3月8日，省人大常委会副主任、泰州市委书记曲福田专题督查凤城河景观提升工程、海军文化园建设工程以及旅游节筹备工作。他强调，要站在长三角一体化、扬子江城市群规划建设的高度，高品质建设城市重点景观工程，高质量推进重点旅游项目，加快打造一批精品城市景观和旅游景点，使之成为彰显泰州特色的文化旅游新名片，不断提升城市文化感召力和旅游影响力。

曲福田强调，泰州是海军诞生地、水兵母亲城，拥有国内独一无二的海军文化资源，必须有相应的载体作为支撑。要充分认识到海军文化园建设的重要性，以更高的站位、更长远的眼光，加快项目策划谋划，加速把海军文化打造成泰州独特的城市名片，不断提升城市文化软实力。要坚持高质量、高标准、高效率推进工程规划建设，从文化、教育到经营进行整体考量，确保叫响海军文化品牌、彰显海军文化魅力。要高起点实施海军诞生地纪念馆升级改造工程，充分挖掘红色文化，讲好革命故事，丰富展示手段，征集更多史料实物，拿出镇馆之宝，确保按时完工，以项目建设的优异成绩向人民海军诞生70周年献礼。

曲福田还详细了解了水城水乡国际旅游节筹备情况。他要求，强化旅游节安保工作，制定完善应急预案，把交通组织、消防安全等工作做细做实做深，确保旅游节平安有序。以旅游节举办为契机，找准切入点，把全域旅游做大，把分散的景点串联起来，充分发挥全域旅游对地方经济发展的拉动作用。加快旅游业发展从门票经济向住宿、餐饮、购物、娱乐等为一体的综合经济转型，不断提升泰州旅游品牌影响力和核心竞争力。

泰州市委常委、市委秘书长张余松，副市长陈明冠参加活动。

（泰州市旅游局）

南京、徐州分别举办旅游条例宣贯活动

《南京市旅游条例》《徐州市旅游条例》（以下简称《条例》）于3月1日正式施行。为切实做好《条例》的学习与宣传，在全社会营造学法、知法、守法的氛围，南京市旅游委、徐州市旅游局于近期分别在两地举办了《条例》宣贯活动。

在南京，市旅游行政执法支队会同鼓楼区旅游局等单位举办了以“依法兴旅 文明出游”为主题的《条例》进社区活动。活动现场气氛热烈，社区群众自编自导了丰富多彩的演出节目，并围绕《条例》重点内容，开展了题目抢答和抽奖活动，在欢快的气氛中让大家增强依法维权、文明旅游的意识。旅行社代表和市民代表还分别就贯彻落实《条例》宣读了《决心书》和《倡议书》。同时，执法支队和鼓楼区旅游局紧扣《条例》宣贯主题，现场开展了旅游咨询服务，为社区群众“答疑解惑”，并通过《条例》宣传展板、发放宣传资料等形式，向市民普及旅游法律和维权知识。鼓楼区部分星级旅行社也参加了社区旅游咨询和服务活动。

在徐州，市旅游局在三胞国际广场举办了《条例》有奖问答、扫码领资料、线上线下咨询等丰富多彩的宣贯活动，市局机关全体干部职工和来自全市的4A级以上景区、旅行社、酒店等旅游企业参加了活动。同一天，徐州各县（市、区）也都举办了形式各样的《条例》宣贯活动。《条例》的颁布施行，为徐州市旅游业的发展提供了有力的法律保障，也标志着徐州市旅游法制管理工作进入了一个规范化管理的新阶段。

（南京市旅游发展委员会、徐州市旅游局）

“水韵江苏”长江黄金游轮首航泰州

3月13日，“水韵江苏”长江黄金游轮首航仪式（泰州—重庆）暨加拿大华景假期国际旅行团欢迎仪式在泰州市高港区举行。此次游轮首航，标志着2018“泰州—重庆”长江豪华游轮旅游正式拉开帷幕。

此次，来自北美、欧洲、澳大利亚等地的300余名海外游客成为游轮首航的第一批客人。本次活动由省旅游局、泰州市政府、加拿大华景假期集团、重庆长江黄金游轮公司联合主办。

据了解，此次靠泊泰州的长江黄金8号游轮是重庆长江黄金游轮有限公司第5代豪华游轮，2013年起投入营运，船长约140米，宽20米，高6层，拥有客房160套，总吨位1.2万吨，最大载客400人。

交通部长江航务管理局副局长朱汝明表示，“水韵江苏”长江黄金游轮首航，标志着豪华游轮在长江全线全年航行征程顺利开启，必将极大地促进长江全线全域协调联动，对于推动长江中下游旅游客运高质量发展具有十分重要的意义。

（泰州市旅游局）

“文旅融合看江苏”全媒体主题报道活动在宁启动



3月30日，由江苏省文化厅、江苏省旅游局支持，中国江苏网主办的“文旅融合看江苏”全媒体主题报道活动在南京博物院启动。10余家中央和省媒体以及商业媒体记者参加了活动。

文化旅游融合发展是强化文化自信、传承和弘扬优秀文化、建设文化强国的重要路径。省旅游局负责人在致辞中表示，“文旅融合看江苏”全媒体主题报道活动是我省统筹文化旅游发展，提升文化软实力和“水韵江苏”旅游新形象的重要举措，也是推动社会主义文化繁荣兴盛，实现人民对美好生活向往的具体行动。江苏将着重围绕推进旅游发展全域化，深入实施品牌引领战略，积极培育“旅游＋”新业态，努力构建文化旅游融合发展新机制。

在推动文化旅游融合发展中，江苏的步伐早已迈开，一系列措施已落在实处。随着文旅支持政策的出台，文旅骨干项目的扶持，一批文旅产业集聚区的形成，文旅知名品牌更是广受喜爱。省文化厅负责人介绍，经过多年不懈培育，江苏目前已成功打造出“南京云锦”、“南京金箔”、“苏州刺绣”、“宜兴紫砂”、“无锡泥人”、“扬州玉器”、“扬州漆器”、“南通扎染”、“东海水晶”等一批具有历史文化积淀的文化旅游品牌。下一步我省将加快推进文旅融合发展，积极打造文化旅游精品，培育建设文化旅游品牌，进一步推动文旅产业转型升级、提质增效。

本次全媒体主题报道活动由中国江苏网主办。江苏中江网传媒股份有限公司负责人表示，中国江苏网将积极做好文旅融合的主题报道，创新报道形式展示江苏文旅融合新成效。

（省文化厅产业处，省旅游局综合法规处、旅游信息中心）

省旅游局携手途牛武汉推介“水韵江苏”

3月24日，由江苏省旅游局主办、途牛旅游网承办的“水韵江苏”2018春季旅游新产品路演活动在“锦绣江城”武汉上演。

江苏省13个设区市分别对各自的旅游资源及春季旅游新产品做了精彩推介，并通过现场别具一格的布展、创意互动游戏等多种形式，带领观众提前感知“水韵江苏”2018春季旅游新产品的独特魅力。

针对春季赏花热潮，江苏省旅游局携手途牛旅游网为武汉消费者带来了众多优质旅游产品：游客可通过“扬州－泰州－镇江3日游”游瘦西湖、赏兴化千垛菜花，在西津渡古街寻觅老城“文脉”；通过“无锡鼋头渚－拈花湾－田园东方2日游”沉浸在鼋头渚烂漫樱花谷，在拈花湾畔赏垂丝海棠、听清泉有声。此外，“华东五市－乌镇－杭州－鼋头渚赏太湖火车6日游”、“华东五市－扬州－瘦西湖－乌镇火车6日游”等高铁游产品也是武汉消费者到江苏春游赏花的不错选择。

除了赏花之外，水乡古镇也是“水韵江苏”的一大特色。苏州同里、周庄、甪直、木渎、锦溪，以及无锡惠山、徐州窑湾、盐城喻口等古镇，或秀美安宁、或小桥流水、或充满文鼎墨香，也是此次路演重点推介的主题游产品。比如通过“华东六市＋绍兴＋乌镇＋周庄＋木渎＋杭州火车5日游”，游客可遍游周庄、木渎等江南水乡，畅游秦淮风光带，品秦淮小吃十六味。

“水韵江苏”底蕴丰厚，旅游资源千姿百态。除了赏花、游览水乡古镇，亲子客群可以在江苏游玩常州恐龙园、嬉戏谷、淹城春秋乐园、苏州乐园、南通探险王国等主题公园；而追寻文化的客群则可以前往淮安访周恩来纪念馆，喜爱楚汉文化的游客还可以访徐州汉文化景区、宿迁项王故里景区等。

“我们希望借助途牛网平台与其通力合作，共同提升‘水韵江苏’的知名度和品牌影响力，不断开创江苏旅游业发展新局面。”江苏省旅游局相关负责人表示。未来，江苏省旅游局将继续围绕“水韵江苏”旅游品牌开展更多主题活动，同时，途牛旅游网将持续加密江苏区域旅游服务网络，为游客提供更加舒适的出游体验。

（省旅游局旅游促进处）

扬州建成旅游警察大数据平台

在三月份旅游旺季来临之时，扬州建成了旅游警察大数据平台，将车流、人流和停车场信息，通过物联网反映到大数据平台上，以便于警察及时疏导交通、疏散人流。据悉，扬州正在建设的“云上扬州”平台中，也包含着“旅游云”一项，未来将涉旅的信息统一集中到“旅游云”上，方便外地游客“烟花三月下扬州”。

旅游警察大数据平台是通过物联网，将车流、客流和停车场等信息，统一集中反馈到平台上。简单来说，在旅游警察大数据平台上，车流、客流和停车场信息，可以一目了然。旅游云”将构建游客游前、游中、游后全过程的服务平台。它将提供景区鸟瞰、自驾规划等虚拟旅游功能，全市酒店信息将上云，实现移动端自助服务。除了车流、人流、停车资源等信息，还将涉旅的酒店、餐饮、购物等信息，全部集中到该云平台上，让游客可以及时获取想要的信息。同时，“旅游云”通过旅游大数据挖掘与分析，可以实现旅游精准营销，构建诚信旅游监管评价体系。

（扬州市旅游局）



一、项目背景和建设必要性

为丰富旅游产品，助力东太湖生态旅游度假区争创国家级旅游度假区，促进旅游与新型城镇化融合发展，满足居游共享的生活度假需求，梦幻苏州项目依托绝佳的太湖生态资源，以乐、动、智为核心，打造国内最时尚的集休闲、娱乐、体育、教育为一体的城市度假中心。梦幻苏州项目将“崇文、融合、创新、致远”的苏州精神融入其中，并巧妙地展现苏州非物质文化遗产，让人们在快乐中感受苏州文化的无穷魅力。

二、投资主体及性质

本项目的投资主体为梦东方（江苏）文化投资发展有限公司。梦东方（江苏）文化投资发展有限公司是梦东方集团有限公司（以下简称“梦东方”的全资子公司），主要承担公司在苏州吴江的项目建设与运营。

梦东方，香港主板上市公司，全球总部位于香港，中国总部位于北京，美国总部位于洛杉矶。

三、主要建设内容和建设规模

梦幻苏州项目位于江苏省苏州市吴江区，占地面积约1700亩，其中建设用地约960亩。

梦幻苏州项目首创RDE小镇，将餐饮、零售街区与高科技娱乐业态有机结合，打造充满时尚和活力的旅游小镇。高科技娱乐业态汇集剧院、博物馆、高科技互动娱乐项目，结合丰富室内外演绎秀及灯光水秀表演。并规划有丰富的酒店集群，包括岛居温泉酒店、鹿精灵主题酒店、水艺术度假酒店、精品民宿群，结合国际视野，打造全圈层覆盖、环境典雅舒适的度假型住宿群。项目二期将打造梦东方自主IP的文化主题乐园——鹿精灵乐园，以动漫主题结合经典游乐设备，构建让人沉浸其中的欢乐世界。

四、总投资与资金筹措

总投资约80亿元，资金为自有资金和银行贷款各占百分之五十。

五、建设起止年限

建设起止年限为2017年12月～2022年7月。

【古城淮安深度二日游】

推荐理由： 淮安是一座中国南北地理分界线上的古城，一座融汇了南北人文风情和地貌景观的古城，一座美食与美景浑然一体的古城。作为中国地理分界线的古淮河，在流经淮安的时候，给淮安的自然风貌增添了浓重的一笔。因为优越的温湿度条件，古淮河沿岸植被茂密，品种繁多，古时民谣“走千走万，不如淮河两岸”依旧传唱至今。在这个春天里，沿河故道满目景色和文化的遗迹一定会令你陶醉其中，流连忘返。

淮安是京杭大运河这条玉带上最为璀璨的明珠，也是淮扬菜的发源地。淮扬菜诞生于运河、兴盛于运河，它融合南北菜系的精华，独创“精、和、清、新”之内涵，被指定为中华人民共和国国宴的基准菜。

淮安更是一座人杰地灵的文化名城。古书中韩信故事家喻户晓，吴承恩的《西游记》更是耳熟能详，周恩来纪念馆彰显着周恩来总理鞠躬尽瘁的革命精神，为世代敬仰。河下古镇里掩藏着无数名人轶事。在青砖瓦巷中穿越时空的限制，与名人先辈来一次心意相通，去感受着他们不平凡的一生。用脚步丈量美妙时光，感受作家冯骥才的名言“择一城终老，遇一人白首”所带来的人生体验。

一、推荐路线

第一天，浏览内容：

前往旅游目的地古城淮安。上午，参观中国淮扬菜博物馆，品尝正宗淮扬菜；下午参观古淮河国家级湿地生态景区；晚上，游览康熙里运河水上夜景。

第二天，浏览内容：

上午参观周恩来纪念馆、河下古镇；下午游览吴承恩故居、沈坤状元府、淮安府署。

二、景点介绍

1、周恩来纪念馆

周恩来纪念馆，位于江苏省淮安市城北桃花堤，距离周恩来故居约两华里，与其同属国家5A级旅游景区—周恩来故里景区。

周恩来纪念馆于1992年1月16日落成，由邓小平题写馆名，江泽民、李先念、李鹏、杨尚昆等同志为纪念馆题词。周恩来纪念馆开放以来已接待了习近平、胡锦涛、贾庆林、温家宝、贺国强等众多党和国家领导人。

馆区由纪念岛、宽阔的水面和湖四周环形绿地组成，总面积有三十五万平方米，其中百分之七十为水面。岛上建有主馆和附馆，总建筑面积为3265平方米，其中主馆1918平方米，附馆1345平方米。

2017年11月，获第五届全国文明单位荣誉。为第一批全国中小学生研学实践教育基地。



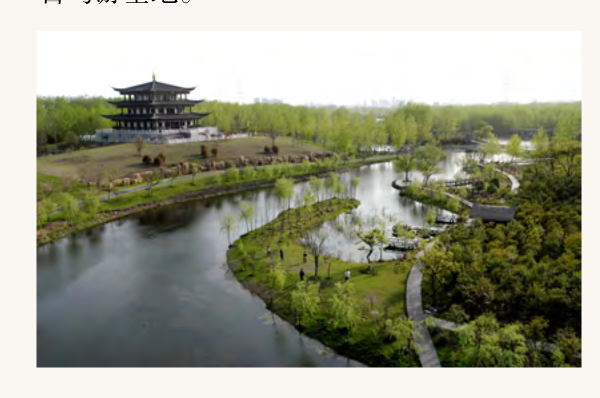
2、中国淮扬菜文化博物馆

中国淮扬菜文化博物馆建筑面积6500平方米，它融合了中国庭园合院和中式园林风格，由河馆、菜馆、民俗馆、品尝馆和中国淮扬菜文化研究院五大功能区组成。该馆集学术性、知识性、趣味性、参与性于一体，是目前国内最大的主题性菜系文化博物馆。



3、古淮河文化生态景区

古淮河文化生态景区位于淮安市清河新区内，距离市中心仅5公里，总占地面积1900亩，从空中俯瞰整个景区呈蘑菇云状，是一处生态优良、景观优美的生态型园林景区。因为优越的温湿度条件，古淮河沿岸植被茂密，品种繁多，古时民谣“走千走万，不如淮河两岸”依旧传唱至今。该景区是领略体验淮扬菜文化、独特的婚俗文化、水文化、戏剧文化、名人文化的首选生态旅游目的地。景区内建有中国淮扬菜文化博物馆、中国西游记博览馆、中国城市化史馆、淮安国际摄影艺术馆等一批文化旅游项目。景区将艺术与历史、生态与文化完美融合，是游人领略淮安深厚历史文化以及享受淮扬美食的生态旅游胜地。该景区先后被评为国家4A级旅游景区、全国低碳旅游示范区、江苏省自驾游基地。



4、淮安里运河

淮安是一座因河而建、因河而兴的城市，古老的运河穿城而过，沿岸风景优美，遗存众多，承载着淮安千年的运河文化。漫步里运河畔、乘船荡漾水中央，是繁华都市中休闲慢生活的最佳方式。夜晚的里运河才是淮安最瑰丽的天堂，里运河上横跨着的一座座桥梁，码头、桥头堡或桥栏杆、桥洞，上下里外，全是七色流彩，在灯光的映衬下犹如一道道彩虹，把里运河上的夜色衬托得尤其美丽。乘坐在游船上，泛舟于河湖之间，坐看当空皓月品美酒佳肴，卧听江潮夜歌庄周梦蝶，这般享受，古时帝王不外如此！



5、河下古镇

河下古镇位于古末口西南端，因地处淮河堤下，俗称河下镇，是一座有着2500多年历史的古镇，它曾经是运河沿线最重要的商埠之一，也是历史上重要的漕运关卡和盐业集散地，一度是一个商贾云集、士民殷富、人文荟萃的集镇，也见证了四大名著之一《西游记》的诞生。如今，河下古镇作为淮安保存最为完好的明清建筑群，仍然延续了自古以来“两河两街”（即南北的古泗河和里运河，估衣街、湖嘴大街和花巷形成的东西和南北两条主街巷）的历史肌理，80%以上的民居为民国以前的砖木结构，清代以前的建筑占70%以上，绵延千年的青石板街留存着完整的历史风貌，再现了运河古都昔日的繁华。



古镇内主要景点包括吴承恩故居、吴鞠通宅、闻思寺、文楼等，有多少名人轶事被岁月掩藏，青砖瓦巷中我们总能穿越时空的限制，与这些名人先辈再一次的心意相通，去感受着他们不平凡的一生。2002年，国务院首次公布全国三十个历史文化名镇，河下古镇与周庄、同里等齐名入选。

6、吴承恩故居

吴承恩故居是国家4A级景区，江苏省重点文物保护单位，占地15000平方米，建筑面积3800平方米，为明代风格的古典园林建筑群，全球首部立体电视剧《吴承恩与西游记》的拍摄基地。故居本体、吴承恩生平陈列厅、玄奘纪念堂、美猴王世家艺术馆、六小龄童工作室五个部分共同组成了国内唯一综合展示西游记文化和纪念吴承恩的场所。

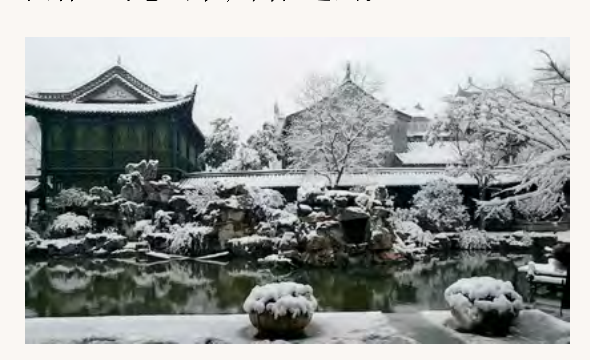


7、沈坤状元府

沈坤状元府位于淮安区河下古镇的核心区，紧傍古运河畔。由明朝嘉靖年间状元沈坤的老宅和寓园两部分组成，占地面积8800平方米，建筑面积4500平方米，是河下古镇重要的人文景观。

沈坤是科举制度以来淮安历史上第一位状元、著名的抗倭英雄，与《西游记》作者吴承恩是同窗好友。吴承恩创作的神魔小说《西游记》，就借用了沈府中的景观进行魔幻场景的创作，游览沈府即可窥见其中奥妙。

沈坤状元府由状元楼、老宅区、习武区、向学区、园林区和纪念区六部分组成。这六大单元各具特色、相得益彰。状元楼古朴典雅、庄严肃穆；沈家老宅尽显江南民居青砖黛瓦、雅素明净特色；习武区再现练武布阵之壮观；读书向学区追溯科举文化之历史；园林区写意山水，曲径通幽。



8、淮安府署

淮安府署坐落在淮安老城楚州区东门大街，总督漕运部院以北，是淮安历史地位的象征和见证。其规模宏大，大堂面积超过500平方米，体量为全国之最。

衙内有房屋50余幢、600余间，分东、中、西三路，中路有大堂、二堂、六科用房等；东路为迎宾游宴之所；西路为军捕厅；大门外有石狮，照壁、牌坊等。府署内后部，有一园，原名“偷乐园”。辛亥革命后，淮安府署为淮安县政府所在地，解放后一直为工厂占用。改革开放后，江苏经济飞速发展，淮安作为全国历史文化名城，文化的保护与利用在这里得到集中彰显。 到目前，经过保护性的修缮和周边环境美化，淮安府署与其前方的总督漕运部院、镇淮楼连为一体， 已成为国内最大的古代官衙景区，雄居古城中心。



他山之石

田园综合体成功范例



一、田园综合体的内涵

田园综合体是集现代农业、休闲旅游、田园社区为一体的特色小镇和乡村综合发展模式，是在城乡一体格局下，顺应农村供给侧结构改革、新型产业发展，结合农村产权制度改革，实现中国乡村现代化、新型城镇化、社会经济全面发展的一种可持续性模式。

田园综合体要坚持以农为本，以保护耕地为前提，提升农业综合生产能力；要保持农村田园风光，保护好青山绿水，实现生态可持续；要确保农民参与和受益，带动农民持续稳定增收，让农民充分分享发展成果，更有获得感；要让人们从中感到农业是充满希望的现代产业，农民是令人羡慕的体面职业，农村是宜居宜业的美好家园。

二、田园综合体建设应遵循的原则

第一，以旅游为先导。乡村旅游已成为当今的潮流，一段溪流、一座断桥、一颗古树、一处老宅、一块残碑，都有诉说不尽的故事，都是乡村旅游的好资源。把乡村建设得更像乡村，把良好的生态环境、独特的人文景观，精致的社会服务做到位，必将吸引大量游客，带动当地经济发展。

第二，以产业为核心。一个完善的田园综合体应是一个包含农、林、牧、渔、加工、制造、餐饮、酒店、仓储、保鲜、金融、工商、旅游及房地产等行业的三产融合体和城乡复合体。农民不必远离故土，即可在本区域内多元发展并受益。要有现代农业科技园、产业园、创业园布局，形成产业。没有产业支撑，不能称其为田园综合体。

第三，以文化为灵魂。要把当地世代形成的风土民情、乡规民约、民俗演艺等发掘出来，形成农耕、乡村生活的体验，在陶冶性情中自娱自乐，在娱乐的同时形成文化旅游项目，进而变现。缺乏文化内涵，缺乏真实体验的综合体是不可持续的。

第四，以流通基础为支撑。基础设施是启动田园综合体的先决条件，缺乏现代化的交通、通讯、物流、人流、信息流，无法实现与外部世界的联系沟通，就无法与外部更广阔的地域结合在一起，形成一个向外开放的经济空间。

第五，以乡村复兴为目标。要解决乡村年轻人大量流出、农业弃耕、乡村社会功能退化等问题。田园综合体是乡与城的结合、农与工的结合、传统与现代的结合、生产与生活的结合，以乡村复兴和再造为目标，通过吸引各种资源与凝聚人心，给那些日渐萧条的乡村注入新的活力，重新激活价值、信仰、灵感和认同的归属。

三、田园综合体可借鉴的案例

1、无锡田园东方

田园东方位于江苏无锡阳山镇，是我国目前比较成功的田园综合体落地案例，是田园综合体的先行者。由东方园林产业集团投资 50 亿元建设的国内首个大型田园综合体项目，于 2016 年 3 月份启动，项目规划总面积 6246 亩。田园东方集现代农业、休闲旅游、田园社区等为一体，倡导人与自然和谐共融与可持续发展，通过“三生”（生产、生活、生态）、“三产”（农业、加工业、服务业）的有机结合与关联共生，实现生态农业、休闲旅游、田园居住等复合功能。

2、成都多利农庄

成都多利农庄围绕打造国际乡村旅游度假目的地，在郫都区红光镇、三道堰镇等 6 村连片规划建设多利有机小镇。计划总投资 150 亿元，总共占地 2700 多亩，其中农业用地 1950 亩。其优质的生态资源禀赋在成都近郊中极具竞争力，具有集优质有机蔬菜种植、美丽乡村建设，国家级乡村旅游示范区打造为一体的潜力和优势。

目前，已完成投资 5.2 亿元，实施了 8.1 万平方米的农村新型社区建设，首批示范农庄和有机生活体验馆已正式对外开放，游客可来体验乡村风光、有机蔬菜种植以及乡村酒店等特色旅游。

3、蓝城农庄小镇

蓝城农庄小镇是绿城地产老总宋卫平打造的梦幻“农庄”。农庄占地面积约 20 亩，主体是一栋落地约 500 平方米的中式宅院。户外，便是前庭、后院、菜园，再到大片农田和果林的“庭院园田”四级体系。主体建筑一层架空，二楼是一个合院格局，青瓦白墙木柱，环绕着凉廊、露台和灰空间。蓝城农庄小镇项目是以“农业＋养老”为切入点，2016 年 12 月顺势推出了“百镇万亿”的特色小计划，预计十年内打造 100 个“宜居、宜养、宜旅”的复合型理想生活小镇。

4、台湾桃米村

桃米村为分享型经济模式，经营形态多元，大致可分为休闲农场、休闲渔业、展示中心、观光农园、农村民宿及森林旅游等。在经营上结合了农业产销、技工和休闲服务等三级产业，生产、生活与生态三位一体，具有经济、社会、教育、环保、游憩、文化传承等多方面的功能。桃米村日接待游客近 1500 人，每年门票收入有 200 多万元人民币。

5、意大利绿色农业旅游

意大利农业旅游业区的管理者们利用乡村特有的丰富自然资源，将乡村变成具有教育、游憩、文化等多种功能的生活空间。这种“绿色农业旅游”的经营类型多种多样，使乡村成为一个“寓教于农”的“生态教育农业园”。人们不仅可以从事现代的健身运动，还可以体验农业原始耕作时采用的牛拉车，甚至还可以手持猎枪当一回猎人，或是模仿手工艺人亲手制作陶瓷等。目前，这些景区中 70% 以上都配有运动与休闲器械，供那些喜欢健身运动的游客使用；55% 的景区为游客提供外语服务，为外国游客解决语言不通的困难；50% 以上的景区提供包括领养家庭宠物在内的多种服务项目。

6、美国 Fresno 农业旅游区

美国市民农园采用农场与社区互助的组织形式，参与市民农园的居民与农园的农民共同分担成本、风险和赢利。农园尽最大努力为市民提供安全、新鲜、高品质且低于市场零售价格的农产品，市民为农园提供固定的销售渠道，双方互利共赢，在农产品生产与消费之间架起一座连通的桥梁。

美国 Fresno 农业旅游区由 Fresno city 东南部的农业生产区及休闲观光农业区构成。区内有美国重要的葡萄种植园及产业基地，以及广受都市家庭欢迎的赏花径、水果集市、薰衣草种植园等。采用“综合服务镇＋农业特色镇＋主题游线”的立体架构，综合服务镇交通区位优势突出，商业配套完善；农业特色镇打造优势农业的规模化种植平台，产旅销相互促进；重要景点类型全面，功能各有侧重。

7、法国普罗旺斯

地中海沿岸的普罗旺斯是法国最美丽的乡村度假胜地，特色植物薰衣草几乎成为普罗旺斯的代名词，其充足的阳光最适合薰衣草的生长，不仅吸引来自世界各地的度假人群欣赏花海，还带动了一系列薰衣草产品的销售。除了游览，其特色美食——橄榄油、葡萄酒、松露也享誉世界，还有持续不断的旅游节庆活动，以营造浓厚的节日氛围和艺术氛围。

田园综合体的提出是基于一种商业模式方法论。其出发点是主张以一种可以让企业参与、带有商业模式的顶层设计、城市元素与乡村结合、多方共建的“开发”方式，创新城乡发展，形成产业变革、带来社会发展，重塑中国乡村的美丽田园、美丽小镇。如何让田园综合体的发展带来农村活力，这也将是未来我们需要考虑的问题。

全域旅游视角下的横店旅游发展对策

徐 铭



一、全域旅游背景分析

2014 年 5 月，习近平总书记在河南考察工作时首次提出“中国经济发展已经进入新常态”，他指出：“我国发展仍处于重要战略机遇期，我们要增强信心，从当前我国经济发展的阶段性特征出发，适应新常态，保持战略上的平常心态。”2016 年 1 月 18 日，习近平总书记在省部级主要领导干部学习贯彻十八届五中全会精神专题研讨班上又进一步指出：“新常态是一个客观状态，是我国经济发展到今天这个阶段必然会出现的一种状态，是一种内在必然性，并没有好坏之分，我们要因势而谋、因势而动、因势而进。”

习总书记关于经济新常态的重要论述，集中回答了新的历史条件下我国经济发展的一系列重大理论和现实问题，具有鲜明的时代特色和理论风格，是与时俱进做好我国经济工作的行动指南。

新常态下，我国旅游业发展也面临新的历史机遇和新的挑战。2016 年 1 月，全国旅游工作会议召开期间，国家旅游局局长李金早做了《从景点旅游走向全域旅游，努力开创我国“十三五”旅游发展新局面》的工作报告，提出将全域旅游作为新时期的旅游发展战略。紧随其后，在次月的 2016 年浙江省旅游工作会议上，浙江省副省长梁黎明提出：根据新常态要求，要把旅游业打造成为支撑全省未来发展的万亿重点产业，推动“景点旅游”向“全域旅游”转变是未来五年浙江旅游工作的主线，构建杭州、宁波、温州、金华和义乌四大都市区旅游圈，培育多层级的“全域旅游”目的地。浙江省旅游局部署全省旅游要着重完成好九大任务，即在改革创新中增强发展动力，在优化布局中推进全域化发展，在平台建设中加快集群化发展，在融合发展中丰富产品供给，在行业转型中提升产业素质，在配套完善中提升公共服务，在品牌建设中提升旅游市场份额，在参与国家战略中推进开放合作，在惠及民生中彰显社会功能。

二、横店旅游发展概况

横店影视旅游产业近年来飞速发展，自 1996 年拍摄电影《鸦片战争》以来，相继建成广州街・香港街、秦王宫、清明上河图、明清宫苑等实景拍摄基地，可以满足上至秦汉、下至新中国成立初期题材的影视剧拍摄对室内场景的要求。2016 年 2 月，横店演员公会在东阳市民政局正式注册，在演员公会注册的人员达 3.5 万人，累计为各类影视剧组提供 400 多万人次的群众演员。由横店影视城主导制定的《影视拍摄基地服务规范》被国家标准化管理委员会列为国家标准，于 2017 年 3 月在全国范围内推广。从 1996 年到 2017 年底，横店累积接待剧组 2100 多个，累计拍摄影视剧近 5 万部（集），占全国古装影视剧产量的 2/3 以上，累计接待游客突破 1.3 亿人次，成为中国“规模最宏大、要素最集聚、技术最先进、成本最低廉”的影视产业基地和当之无愧的“中国好莱坞，影视梦工厂”，为中国影视文化产业的提速发展作出了重大贡献。

横店影视产业的发展，为横店影视旅游提供了充足的市场空间和动力。2010 年 4 月，国家旅游局正式授予横店影视城为国家 5A 级旅游景区称号。同年，横店影视城又被国家旅游局确定为全国旅游标准化试点企业。方圆 10 平方公里的横店，拥有十余家星级宾馆 10000 余张床位。预计 2018 年将达到 18000 间客房，36000 张床位的接待规模。2016 年，横店升级改版了《大话飞鸿》、《紫禁大典》、《暴雨山洪》、《英雄比剑》、《八旗马战》等经典演艺秀，全年共演出 41896 场次。横店在影视基地、器材租赁等多项配套服务不断完善的基础上，采取措施逐步实现拍摄地和旅游地的分隔，以满足游客和剧组的不同需求。近年，横店新建民国街、春秋・唐园、梦外滩等基地，新增社会摄影棚 19 个，总面积 10 万多平方米，目前可供剧组使用的摄影棚达到 43 个。2017 年，横店影视城接待中外影视剧组 330 个，接待中外游客 1872 万人次，实现了影视业、旅游业的联动发展。横店已成为以影视为特色的全国知名旅游目的地，横店模式也被一些学者认为是国内目前最为成功的影视旅游发展模式。但随着经济社会的不断发展，互联网技术的普及，为应对激烈的市场竞争态势和多样化的旅游消费需求，横店的旅游发展面临巨大挑战。当前，横店正在大力推动包括旅游产业改革在内的各项转型升级，不断加快小城市建设步伐。2017 年，横店梦上海、春秋唐园、宗教文化园等 10 多个旅游项目投入建设，横店圆明新园・夏苑和秋苑景区完成主体建筑建设，部分景点正式对游客开放。浙中最大温泉乐园横店梦泉谷温泉度假区项目一期业已建成开放。自 2010 年底被列入全省 27 个小城市培育试点镇以来，横店强力推进小城市培育试点工作，连续 6 年蝉联全省小城市考核优秀单位，连续三年考核成绩排名第一，其投资 100 多亿元，先后启动浙江省重点工程横店通用机场等项目和参与投资杭温高铁等重大项目，为横店经济社会和旅游产业的快速发展奠定了坚实的基础。

三、全域旅游视角下横店旅游发展对策

1、充分发挥政府主导作用。旅游业是综合性产业，关联度高、产业链长、涉及面广，涉及利益关系错综复杂。在推动全域旅游发展方面，政府部门应该发挥主导作用，为全域旅游建设发展提供保障。东阳要在已经成立文化旅游发展委员会的基础上，进一步建立健全全域化旅游管理机制，加强对全域旅游业发展的监督管理和统筹协调。按照“全域景区化、景区全域化”的理念，科学编制和认真组织实施《东阳市全域旅游发展总体规划（2017—2030）》，进一步创新全域旅游发展模式，加快推动旅游产业与其它产业的融合发展，实现“旅游 +”，加强旅游市场的综合监管和旅游诚信体系的建设，积极发挥涉旅行业协会在旅游营销推广、行业服务提升等方面的作用，进一步加强旅游专业人才的培养，为全域旅游发展提供人才支撑。

2、牢固树立质量至上的经营理念。横店旅游产业要保持中高速增长，向中高端水平迈进，地方旅游主管部门和横店旅游企业必须要牢牢把握质量时代的主题“质量、创新、发展”，由规模扩张转型为质量驱动，把促进旅游发展的立足点转到提高服务质量、进而提升服务效益上来，把注意力放在提升旅游产品和服务质量上来。要牢固树立“质量就是生命”、“质量决定发展效益和价值”的经营理念，从“人人重视质量、人人创造质量、人人享受质量”上下功夫。政府部门和旅游企业要因地制宜、联合制定出各项旅游服务标准，同时积极借助智慧旅游技术，打造横店全域旅游服务中心，为横店游客提供“从理念到行动”的标准化、规范化、智慧化、人性化的全域旅游服务。

3、不断改善城市旅游环境。开展城市风貌提升，改善城市旅游环境，是加快横店旅游产业转型升级、推进全域旅游发展的迫

切需要。东阳要继续举全市之力做好横店城市风貌提升。横店城市风貌综合提升不仅关乎东阳的旅游形象，更关乎整个浙中乃至全省的旅游形象。要坚持问题导向、严管重罚、管治并举，持续开展横店镇区主要道路及景区周边环境的综合整治，大力完善各项基础设施建设，将影视旅游元素充分融入城市风貌建设，做到“凡视线所及皆为有序”，实现“镇区景区化、景区全域化”。与此同时，横店还应不遗余力地通过各种渠道提升当地居民的文化素质，进而提升城市旅游品味，促进地方居民与外地游客的和谐共处，实现横店旅游“知名度”与“美誉度”的匹配。

4、进一步丰富旅游产品开发。要坚持“全域视角”，整合东阳地方旅游资源，实施“旅游+文化”、“旅游+农业”、“旅游+休闲”、“旅游+养生”行动，加强对全域旅游业态的管理，突破横店目前较为单一的影视体验旅游业态，挖掘东阳木雕、古建筑、恐龙文化、木文化、农耕文化等旅游资源，大力开发独具特色的节庆旅游、体育旅游、研学旅游、红色旅游、乡村旅游、高铁旅游等专项旅游产品，减轻对影视基地旅游门票的经济依赖，发挥全域旅游的综合经济带动效应。除了加强对横店现有旅游产品的设计开发和营销推广外，还要重视横店的“夜间旅游”产品开发及推广，从而延长游客的停留时间，丰富游客的旅游体验，让来横店的每一个游客“人人都有出彩的机会”。横店在夜间旅游的商业供给方面目前相对匮乏，适合游客参观游览和消费的公园、酒吧、夜市、大排档等消费场所较少，大型商场、超市开放时间也过于传统，无法满足游客夜间出游和消费的需求。横店除巩固和加强梦幻谷景区、圆明新园夜游项目外，应进一步加强夜间旅游规划，加快开发各种形式的夜间旅游产品，从而助推横店全域旅游的健康发展。

5、扩大国际交流与合作。李金早局长在首届丝绸之路（敦煌）国际文化博览会高峰论坛上指出，“在全域旅游的模式下，中国与‘一带一路’沿线国家的合作，就不再是旅游部门单一的合作，而是一个区域和伙伴国省区全面的合作；不单是景点景区之间的合作，而是全旅游业界的合作；不单是旅游企业之间的合作，而是旅游企业与当地居民共建共享的模式，通过沿线国家旅游企业之间的合作，带动丝路沿线国家民众共享旅游资源，实现共同发展。”“一带一路”战略的提出为“一带一路”沿线地区提供了全域旅游发展的历史机遇。横店要积极服务国家战略，做好“美丽中国”品牌的推广，要精心策划组织，积极参与境外国际旅游展，借助互联网等手段，扩大影视城国际知名度，培育旅游消费新热点。

（作者系浙江横店影视职业学院旅游与创意学院院长、副教授）



题金陵渡

唐 · 张祜

金陵津渡小山楼，一宿行人自可愁。
潮落夜江斜月里，两三星火是瓜洲。

【游目骋怀】

这是诗人漫游江南时写的一首小诗。作者张祜夜宿镇江渡口时，面对长江夜景，以此诗抒写了在旅途中的愁思，表现了心中的寂寞凄凉。早年，张祜初寓姑苏，后至长安，为元稹排挤，晚至淮南。他长年浪迹天涯，集狂士、浪子、游客、幕僚、隐者于一身，有“海内名士”之誉。杜牧称赞他说：“何人得似张公子，千首诗轻万户侯”。张祜作诗常反复吟诵，雕琢字句，妻子儿女每次叫他，他都不应，说：“我正要口里生花，难道还顾得上你们吗？”张祜生性喜爱山水，游览了许多有名的佛寺，如杭州的灵隐寺、天竺寺，苏州的灵岩寺、楞伽寺，常州的惠山寺、善权寺，润州的甘露寺、招隐寺，所到之处往往题诗作赋。

今天的西津渡历史街区是古代镇江“金陵渡”的遗址，形成于三国时代，唐代已具有完备的渡口功能，一直是我国南北水上交通、漕运的枢纽，发生过众多政治、军事、经济、文化领域的重大历史事件。明《读史方舆纪要》记载：“今（镇江）城西北三里曰西津渡，为南北对渡口，古谓之西渚……唐时亦曰蒜山渡，宋置西津寨于此，俗谓之西码头，即江口也，亦曰京口港”。渡口历史存续1400多年，衍生出了以济度救生、平安和谐为核心价值的津渡文化；融合以义渡局、救生会为代表的救生文化，以观音洞、超岸寺、铁柱宫为代表的宗教文化；以江南民居、宗教建筑、西洋建筑、民国建筑等多元聚合的渡口建筑文化；以及以宝盖山、云台山、长江、运河为主题的山水文化等。西津渡历史街区作为古代津渡文化保护区，是镇江文化古迹和文化胜迹保存最多、最集中的地区。西津渡于2011年被批准为国家4A级景区，被英籍华人女作家韩素音誉为“镇江旅游的真正金矿”。

诗中提及的瓜洲古渡位于扬州市古运河下游与长江交汇处，润扬大桥、扬州港与其毗邻相接，镇江金山寺与其隔江相对。“汴水流，泗水流，流到瓜洲古渡头”，千年古渡，胜境犹存。唐代高僧鉴真从这里起航东渡日本，清康熙、乾隆二帝及历代文人墨客途径瓜洲，留下许多脍炙人口的诗篇，民间传说杜十娘怒沉百宝箱的故事也发生在这里。瓜洲古渡频江临河，四面环水。楼台亭榭参差有致，历史遗迹分布其间，堪称“古渡明珠，江滨宝石”。如今，古渡遗址、御碑亭、沉箱亭已成为中外游客寻幽探古的佳处。

春满桃叶渡

蒲晓莉



春风化雨的季节，江南是秀丽婀娜的，无论是墙角还是城廓，处处充满生机。古都南京的四十八景中，秦淮风光尤为出彩，因为它不仅仅风光迤逦，更有厚重的人文历史和美好传说。在秦淮风光带中，我偏爱古桃叶渡。

桃叶渡是南京城南秦淮河上的一个古渡，位于秦淮河与古青溪水道合流处附近，南起贡院街东，北至建康路淮清桥西，又名南浦渡。桃叶渡是南京古名胜之一，位列于金陵四十八景内。在原渡口处立有“桃叶渡碑”，并建有“桃叶渡亭”，从六朝到明清，桃叶渡处均为繁华地段，河舫竞立，灯船萧鼓。

清顺治年间，孝陵卫人金云南迁居渡口，见渡口非常拥挤，常有人落水而死，便捐建木桥，题名“利涉桥”（取便利涉水之意），公元1663年（康熙二年）易木桥为石桥。1984年，有关部门在渡口原址立桃叶渡碑。

桃叶渡的名字由来有两个版本。民间传说在东晋时期，秦淮河与古青溪水道两条河的岸边栽满了繁缛的桃树，春天起风的时候就会有接连不断的桃叶轻浮水面，被风吹得四处飘零，撑船的艄公望那满河浮泛的桃叶，笑谓之桃叶渡。另一版本则是一美好的爱情故事，传说东晋书法家王献之有个爱妾叫“桃叶”，她往来于秦淮两岸时，王献之放心不下，常常都亲自在渡口迎送，并为之作《桃叶歌》：“桃叶复桃叶，渡江不用楫；但渡无所苦，我自迎接汝。”从此渡口名声大噪，久而久之南浦渡也就被称呼为桃叶渡了。

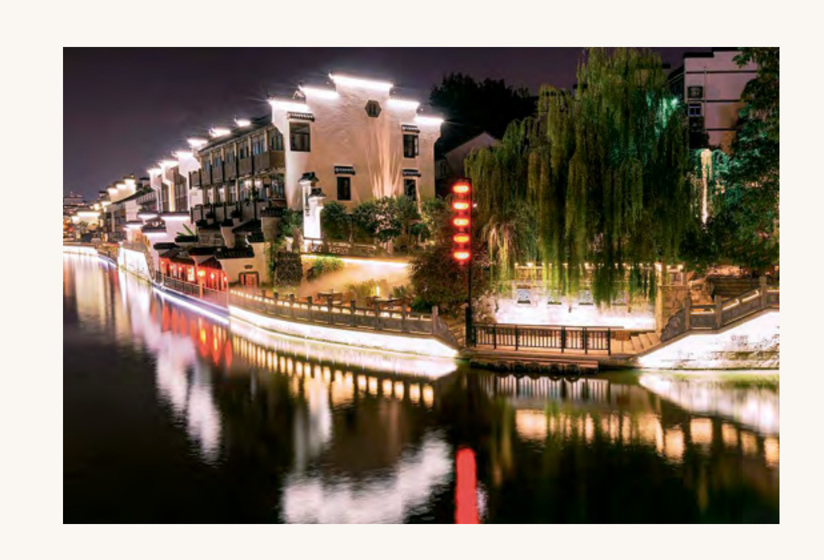
而今的桃叶渡是一座中式园林建筑。一进门，映入眼帘的便是一大片粉红色的桃花林，阳春三月，桃花正繁华枝头，开的甚是热闹。左有古朴的回廊直通河边的观景亭，亭前假山、竹林、芭蕉环抱着一汪清泉，各色金鱼在莲叶下畅游嬉戏，偶尔一阵微风吹来，片片红的、粉的花瓣纷飞着飘落在水面上，鱼儿们争先恐后地游去抢食，好不快活。桃花林的正前方临河有一石牌坊，横书“古桃叶渡”四个苍劲有力的大字，正面两侧楹联为：“细柳夹岸生，桃花渡口红。”背面为：“楫摇秦代水，枝带晋时风。”牌坊前的河岸上杨柳依依，随风飘荡在秦淮河上，河面上客船、小舟来来往往，游客们的谈笑声、赞叹声，飘扬在秦淮河上，一片生机勃勃，春意盎然的景象！桃林的右侧便是典型的江南建筑，白墙青瓦，古朴典雅，尤如温婉秀丽的江南女子，伫立在秦淮河岸，娴静地看着人来人往、花落花开。

延着桃林右边石阶下行，一长廊弯延曲折通往江南贡院。长廊靠河岸一方每一廊柱旁都挂有一长柱形红灯笼。长廊有三道门，门楣上分别有“清淮”、“风流”、“漾月”几个名称，并用扇形装饰，显得尤为雅致。长廊的右侧，有几块石碑，其中一碑刻有王献之为爱妾桃叶所写的《桃叶渡》四首诗，分别为“桃叶映红花，无风自婀娜。春花映何限，感郎独采我。”“桃叶复桃叶，桃树连桃根。相怜两乐事，独使我殷勤。”“桃叶复桃叶，渡江不用楫。但渡无所苦，我自迎接汝。”“桃叶复桃叶，渡江不待橹。风波了无常，没命江南渡。”这些文字如今已编制成曲，夜幕下的桃叶渡演艺着王、桃的爱情故事，带你穿越到那个美好的时光。

行走在这宜人的景色中，赏着桃红柳绿，品读着古人文字，想像着美好的爱情，世间烦恼都烟消云散，人的精神都焕发了许多，心情怎能不美丽呢！这就是我偏爱桃叶渡的原由。

附：宋人曾极的《桃叶渡》：“裙腰芳草拒长堤，南浦年年怨别离。水送横波山敛翠，一如桃叶渡江时。”

清吴敬梓的五律《桃叶渡》：“花霏白板桥，昔人送归妾。水照倾城面，柳舒含笑靥。邀笛久沉埋，麾扇空浩劫。世间重美人，古渡存桃叶。”





南京大报恩寺重建：把千年古迹优雅地放进一座大房子

江　冰

一、风情依旧秦淮河

立冬飞南京采风，头一站江南贡院以及科举博物馆。江南贡院是中国古代最大科举考场，鼎盛时可纳二万余名考生同时开考，为全国贡院之冠。南京，江南故国，十朝旧都，绝代风华。科举是第五大发明，一千三百年承传，清朝取消，国就亡了——一位作家的名句。江苏，中国富庶地区，江南水乡，诗书传统，古代状元人数之首。文化遍地，中华精英。名美镇，名美食，名美物，名美景。历史积淀深厚，文化内涵丰富。

夜色降临，秦淮河边夜餐。一席美肴，抢眼大麻球如蓝球硕大，闪烁金黄色光泽。紫薯糖片，鲜艳无比。清汤滑牛肉，汤鲜肉嫩。一根削皮白萝卜托盘上桌，问服务员得知“肉汁萝卜”，一看菜谱直呼“南京大萝卜”—此称谓专指南京人，相当于绰号：一半自嘲戏谑，一半自信坦然。当即采访周桐淦主席，他答：有点土有点直白，却坦荡不遮，一目了然，质朴本色，亲若家人—这与雪白壮硕大萝卜相似吗？秦淮河自古三家：问柳，问渠，问池。分别是菜馆，茶馆，洗澡堂。我们就餐的就是名店“问柳菜馆”。

秦淮河边另一家金陵名店：南京大牌档。不是“大排档”，而是“大牌档”，名牌之“牌”—市民游客皆喜欢。小吃也许比大餐更体现本土：鸭血粉丝汤与咸水鸭交相辉映，没有一只鸭子可以逃离南京城—此语精彩！清蒸狮子头，猪肺炖白萝卜，凸现荤的清爽。一碗阳春面让我回到童年，想起猪油酱油汤面。这个老店还有说唱老曲，有帐房先生高喊请上座，难怪排位叫号，红火一整天呢。

秦淮河，最南京的地方：夫子庙、乌衣巷、老门东、明城墙。“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”—金陵老城所在。秦淮区旅游收入占南京百分之四十。朱自清名篇《浆声灯影秦淮河》在此成文，算来已近百年。

二、大报恩寺重建是一项成功的文化创意工程

隔着一道明城墙，蜿蜒着外秦淮河。中华门外，秦淮河旁，就是举世闻名的南京大报恩寺。南京自古就有：“南朝四百八十寺，多少楼台烟雨中”之盛况描述，誉为佛都。孙权统辖江南之时，此地就是江南佛教中心，宋时又有一波兴建高潮，到了明代永乐皇帝手中，推向极致—兴建的大报恩寺已达世界水准，西方将大报恩寺琉璃塔誉为“南京瓷塔”，媲美于古罗马斗兽场等“中古世界七大奇观”。如此辉煌历史遗迹，其实也给予重建一个相当高的期待。

南京人不负前人，可谓再创辉煌。城外重建南京大报恩寺，不但是近年投资几十亿的景点大手笔，而且也在创意文化产业上探索出了一条新路：千年古迹与现代建筑、声光电科技手段完美结合，充分显示文化创意的巨大潜力。比如舍利佛光展区，四万两千盏灯，玻璃墙放大一倍，八万四千合乎古印度八五四千座佛门。可谓千年佛光，照耀古今。“千年对望”的时空长廊，亦是极其富有创意，印象深刻：玄奘法师的清瘦背影，静静面对前方佛主头像—妙在头像使用特殊材料，焕发亦真亦幻之光芒，好似穿越千年的精神维系，让人回味不已。长廊两旁的琉璃立柱，一共八根，寓意释迦牟尼佛八相成道。步道上有七朵莲花，步行七步，步步莲花盛开。地宫天幕放映释迦摩尼佛诞生，视频水准已然大片。细细品味，微妙处处，拈花微笑，心领神会。那些带有佛教理念的体验馆，常常是创意丰盈之地，比如说把菩提树想象成通体白色，银白的叶子，重现佛光。用了 24000 多个 LD 灯来重现传说中七彩佛光，透彻的声光电体验，瞬间沟通佛教境界。实为现代文化创意进行传统创造性转换的成功实践。

用玻璃和钢架做的大报恩寺新塔，更是创意空前。初见新塔，大出意料！我对中国塔的概念，完全颠覆！与中国传统古塔的巍峨庄重与砖木结构，似乎相去甚远。完全是一个现代建筑的体现，连高塔传统的飞檐，也是由画家画在玻璃上烧制而成。这样一个高达一百多米的塔，给我的第一感觉：精致、轻巧，与厚重庄严有相当距离。但夜晚灯光放射，其通体明亮，好似佛光，倒有几分壮观。时近中午，我坐电梯直达塔顶，整个中华门城外城内的景物尽收眼底，不禁遥想当年大报恩寺盛况。

回身俯瞰，马蹄形玻璃钢的建筑，合抱着一座玻璃钢材料的百米高塔。导游告知：大报恩塔的材料类似手机屏幕，结实而轻巧。我暗暗揣摩：玻璃钢材料与大报恩寺传统琉璃瓦的确有某种联系，但设计家和下决心拍板批准这个方案的人，我觉得相当大胆！眼前这座现代建筑风格，使我一下子联想到罗浮宫贝聿明的设

计，当年遭到整个巴黎市民质疑与媒体批评，但蓬皮杜总统决然拍板，就成了今天的景象—现代的设计，如何与传统的建筑展开一种混搭，微妙曲折，值得推敲！

我最突出的感受：重建报恩寺是把一个无比珍贵的古迹，装进一个精美大房子里。这个大房子充满了创意，属于现代文创产业的结晶。徜徉其间，随处可见灵动创意闪烁跳跃，佛教的庄严、历史的故事，现代声光电的传播，佛教境界的再现，都在这个精心设计的大房子里，得以完美地呈现。因此，我说：南京设计者是把一个无比珍贵的古迹装进一个精美的大房子。房子有两间：大报恩寺是第一间；佛顶宫是第二间。

牛首山风景点佛顶宫可以视作第二个大房子。佛顶宫横空出世，喷薄而出，极富视觉冲击力。我步入牌坊正门，抬眼望去，不由震撼，八个字概括：惊心动魄，极尽奢华。佛顶宫外型，让人联想鸟巢、北京大剧院，一派现代。但理念依据，又贴紧佛家佛学佛祖，整个外形由一个圆球为主体，覆盖一个弧线形的侧翼。圆顶依据佛祖发髻造型，高扬飞动的侧翼则是巨大袈裟。构思奇特，想象大胆！滚梯下行，卧佛所在的大殿空间宏阔高大，令人震撼。“三棵树”理念，构思精妙：平地两棵树用3d打印完成，第三棵树则是大殿顶部钢架，灯光形成斑驳影子，类似森林景象。白色卧佛，无比庄重。莲花座可以升降，再次感叹科技神奇。

所以惊心动魄，佛顶宫除地上宫殿外，又有地下六层：利用废除矿井扩建而成，供奉头骨舍利地宫就深藏地下。地宫金碧辉煌，极尽奢华。各种工艺：佛像、木雕、漆艺、瓷品……无不精湛绝美，顶级材料辅佐，可谓极尽奢华，不计工本。可以说，南京人通过弘扬佛学，创造了21世纪的古迹。让我联想梵蒂冈大教堂的顶级奢华、巴黎凡尔赛宫的艺术氛围、纽约大都市博物馆的宏大现场、捷杰琳娜二世的皇宫气派，仿佛瞬间汇集眼前。令我惊叹，促人遐想……

面对金陵中华门大报恩寺重建，感慨万千。文化创意成功处或还原现场，或复元精神，或提供体验，把菩提树想象纯白叶子，生母之谜化为美仑壁画，七步莲花，达摩对话，佛祖生平，塔用材料，摇篮轮椅，由生而死 --- 回味惊讶，俯拾皆是。既出奇制胜，又情理有据。

三、古都旧朝需要重建本土记忆

生活在南国广州，我读徐南铁散文—叹秋天文化属于北方。眼前秋色渐浓，品味江南秋色独特韵味：温婉悠长，绚丽而不失清雅。美龄宫在网上走红，出于一张俯拍照片：秋天梧桐树金黄树尖延山脊构成一条长长项链，美龄宫恰巧落在项链宝石位置。别墅建筑刻画有一千多只凤凰，包括屋顶以及阳台围栏上的柱头，可见老蒋宠爱美龄，两人白头到老，惜无后代。灵谷寺亮点：玄奘法师头骨舍利供奉。另一印象国民革命阵亡将士纪念灵堂—无梁殿没用一根木头，全砖石搭建，厚实沧桑明代建筑。中山陵山谷飘着国民党人传说，汪精卫戴笠坟均被炸毁。

南京江南佳地，六朝古都，十朝旧都，佛教之都，文化名城，亦是亡国之都，悲情石头城—在秋天绚烂又感伤的季节里游中山陵，满山谷里飘荡着历史传说，明朝的那些事，民国的那些人……在这样的氛围中，坐在灵谷寺的一树金黄的银杏树下，与年轻导游李雪晴探讨金陵历史。听我谈及“亡国之都”，她笑言可换一视角：南京据长江天险，常为汉主体的中华文化最后留存之地，亡而不绝，绝地反击！斯言壮哉，不由击掌称赞。联想起今年八月在上海，听闻上海文化人疾呼必须重建城市本土记忆—

波兰首都华沙，世界建筑史上的一个传奇。二战时期，希特勒恼火于华沙人民的顽强抵抗，决定把华沙夷为平地。多年前读《第三帝国的兴亡》，其中一句话至今印象深刻，希特勒宣称要“将华沙从地球上抹去”。这种灭绝性毁灭，意在摧毁城市传统特征，消灭城市记忆。二战后，波兰重建了首都，顽强复活了城市景观，保存了城市记忆。一个复活，一个复制，使我们看到了对城市记忆保存的重要性。

在上海复旦学习日子里，我注意到思南读书会中的一个讲座标题：外滩是我们自己的外滩—表达的意思是上海不是殖民，而是租界。这是一个很有趣的表达，也就是说城市的记忆不但有复活和保存的可能，还有“改写”的可能。为什么说是改写呢？因为人们一向认为上海是殖民地文化，但是今天的新上海人并不这样看，他们认为外滩并不仅仅是西方列强建立的，他是40多个国家经济贸易世界市场化的结果，上海人、江浙人、广东人、中国人参与了这样的跨国建设。所以，他们希望恢复一种文化的自信：“外滩，是我们自己的外滩，而不是西方列强的外滩”。多么自信有力的发声！

即刻给我一个很大的启发：上海一方面在不断强化他们的城市记忆，不断推广上海的本土化叙述，比如王安忆的作品延续了张爱玲对上海的描写，这些对于城市的都市文学与文化叙述，帮助了上海这座国际大都市的文化推广与全球传播，一方面在不断修复改写城市记忆，用心良苦，思虑长远，其中实践经验值得我们好好琢磨。南京这座千年古城，显然也有相同的努力，只是看似不经意地由一位年轻的导游口中道出，让我有些许惊讶。

我相信，再过50年、100年200年500年，南京就是中国著名的佛学圣地。应该说，大报恩寺发现出土，牛首山建殿供奉，两个地点之间拥有一种历史文化逻辑。而找到这个历史文化逻辑，正是南京人的发现与创新。当我得知设计与施工全球招标后，均由上海和江浙本国本土公司中标实施，我倍感欣慰，坚信中国本土创意与文化产业已经接轨世界，具有世界先进水平。我还要再三称赞南京大报恩寺重建与牛首山佛顶宫方案的决策者，他敢拍板，即为勇气，即为胆识！一个大报恩寺新塔玻璃材料，一个牛首山佛顶宫造型—哦，毕竟21世纪，有中国崛起、江南实力垫底，南京气派非凡，文化大手笔呵！

作者简介：

江冰，广东财经大学人文与传播学院院长、教授，并为中国作家协会会员、世界华文创意写作协会副会长、中国小说学会副秘书长、中国当代文学研究会常务理事、广东省中国文学学会副会长、广州市文艺批评家协会副主席、中国小说年度排行榜评委。入选中国作家协会新锐批评家、广东省十大优秀社会科学科普专家、中国哲学社会科学最有影响力学者。著有《中华服饰文化》、《新媒体时代的80后文学》、《这座城，把所有人变成广州人》等。2017年参加江苏省旅游局举办的“水韵江苏”美景美文—全国著名作家江苏采风活动，并创作此文。

采桑子·鸡鸣寺

鞠 华

倚城傍水昂天立，
满寺烟霞。
满路樱花，
诗意禅心气自华。

六朝秦罢秦淮曲，
山上僧家。
山下人家，
唤得春风径入涯。





烟雨天泉　　作者：张健